

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
Сергій Войтко

(підпис)
“ ” 20__ р.

**Дипломна робота
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Міжнародна економіка»
спеціальності 051 «Економіка»
на тему: «Оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого
розвитку у корпоративні стратегії аграрних ТНК»**

Виконала:
студентка IV курсу, групи УС-61,
Потапова Вікторія Павлівна

(підпис)

Керівник:
професор кафедри міжнародної економіки, д.е.н.,
Охріменко Оксана Онупріївна

(підпис)

Рецензент:
доцент кафедри промислового маркетингу, к.е.н.,
Язвінська Надія Вікторівна

(підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів
без відповідних посилань.

Студентка _____ (підпис)

Київ – 2020 року

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра міжнародної економіки

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Сергій ВОЙТКО

«___» _____ 2020 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студенту

Потаповій Вікторії Павлівні

1. Тема роботи: «Оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії аграрних ТНК», керівник роботи Охріменко Оксана Онufrіївна, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки, затверджені наказом по університету від 06.04.2020р. № 955-с

2. Термін подання студентом роботи: «30» травня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: фундаментальні положення економічної теорії, періодичні та монографічні видання, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, а також річні звіти й звіти зі сталого розвитку компаній, сайти міжнародних організацій.

4. Об'єкт дослідження – процеси впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у бізнес-стратегії аграрних ТНК.

5. Предмет дослідження – теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо оцінювання ефективності імплементації ЦСР у бізнес-стратегії аграрних ТНК.

6. Метою дипломної роботи є вироблення науково-методичних засад і практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення методичних підходів щодо оцінювання ефективності впровадження ЦСР у стратегії аграрних ТНК.

7. Зміст роботи:

а) вступ;

б) теоретична частина:

- визначити механізми імплементації ЦСР у бізнес-стратегії;
- розкрити характеристики КСВ як форми впровадження ЦСР;
- висвітлити методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії ТНК;

б) аналітична частина:

- оцінити рівень прозорості розкриття інформації щодо введення ЦСР;
- провести аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті введення ЦСР;
- оцінити вплив введених ЦСР на фінансовий стан аграрних ТНК;

в) рекомендаційна частина:

- визначити напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку;
- надати рекомендації щодо підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК.

г) висновки;

д) список літератури;

е) додатки.

8. Перелік ілюстративного матеріалу:

- механізми впровадження ЦСР у діяльність бізнесу;
- порівняння концепцій сталого розвитку й корпоративної соціальної відповідальності;

- класифікація підходів оцінки ЦСР;
- динаміка комерційних компаній-учасників ГД ООН;
- результати звітів компаній-учасників щодо ГД ООН за окремими ЦСР;
- коефіцієнти розкриття компаніями інформації щодо діяльності у сфері Цілей сталого розвитку;
- коефіцієнти розкриття компаніями інформації щодо діяльності у сфері Цілей сталого розвитку;
- порівняльний аналіз широти охоплення ЦСР і кількості проектів щодо впровадження ЦСР з місцем у рейтингу Global Fortune 500;
- рейтингування компаній щодо рівня впровадження ЦСР;
- напрями соціальних інвестицій і Структура витрат на благодійну діяльність;
- ціни акцій компаній в динаміці;
- оцінка рівня взаємозв'язку між соціальними інвестиціями та показниками доходу, активів, прибутку аграрних ТНК;
- середовище діяльності аграрної компанії в умовах впровадження ЦСР;
- середовище діяльності аграрної компанії в умовах впровадження ЦСР;
- динаміка цін акцій аграрних ТНК протягом 6 місяців (листопад 2019 р. – травень 2020 р.);
- шкала значимості оцінки ефективності КСВ за доходним методом

9. Дата видачі завдання «28» жовтня 2019 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Закріплення студента за науковим керівником дипломної роботи	01.09.2019 – 20.09.2019	Виконано
2.	Вибір теми дипломної роботи та затвердження її на засіданні кафедри	21.09.2019 – 18.10.2019	Виконано
3.	Розробка змісту дипломної роботи та видача завдання керівником	18.10.2019 – 31.10.2019	Виконано
4.	Підписання завідувачем кафедри листа «Завдання на дипломну роботу студенту»	01.11.2019 – 03.11.2019	Виконано

5.	Підбір літератури за темою дипломної роботи та її аналіз	03.11.2019 – 30.11.2019	Виконано
6.	Підготовка теоретичного розділу та погодження його змісту з керівником дипломної роботи	01.12.2019 – 31.12.2019	Виконано
7.	Проведення аналізу об'єкта економічного дослідження	01.01.2020 – 28.02.2020	Виконано
8.	Узагальнення результатів аналізу та виявлення невикористаних резервів у діяльності досліджуваного об'єкту	01.03.2020 – 15.03.2020	Виконано
9.	Завершення підготовки другого розділу	20.03.2020	Виконано
10.	Розробка та обґрунтування удосконалень, які є основою третього, рекомендаційного розділу	21.03.2020 – 20.04.2020	Виконано
11.	Узагальнення отриманих наукових результатів всієї роботи та підготовка загальних висновків	21.04.2020 – 27.04.2020	Виконано
12.	Оформлення дипломної роботи та перевірка її науковим керівником.	28.04.2020 – 15.05.2020	Виконано
13.	Доопрацювання дипломної роботи задля усунення виявлених керівником недоліків	16.05.2020 – 22.05.2020	Виконано
14.	Проведення попереднього захисту та оформлення відгуку науковим керівником	23.05.2020 – 26.05.2020	Виконано
15.	Подання дипломної роботи на перевірку на плагіат і проходження нормоконтролю	до 31.05.2020	Виконано
16.	Надання дипломної роботи рецензенту. Підготовка рецензентом офіційної рецензії за встановленим зразком.	28.05.2020 – 31.05.2020	Виконано
17.	Підготовка доповіді та наочних матеріалів до захисту	01.06.2020 – 06.06.2020	Виконано
18.	Захист дипломної роботи перед ЕК	згідно із затвердженим графіком	

Студент

Вікторія ПОТАПОВА

Керівник

Оксана ОХРИМЕНКО

РЕФЕРАТ

Сторінок 99	Рисунків 16	Таблиць 8	Додатків 12
Дослідження на прикладі:	Транснаціональних корпорацій аграрної галузі Archer Daniels Midland Company, JBS S.A, Louis Dreyfus Company B.V., Wilmar International Limited, Tyson Foods, а також національних аграрних компаній ПрАТ МХП, ТОВ Фірма "Астарта-Київ"		
Мета дослідження:	вироблення науково-методичних засад і практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення методичних підходів щодо оцінювання ефективності впровадження ЦСР у стратегії аграрних ТНК.		
Завдання дослідження	– визначити механізми імплементації ЦСР у бізнес-стратегії; – розкрити характеристики КСВ як інструменту сталого розвитку; – висвітлити методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії ТНК; – оцінити рівень прозорості розкриття інформації щодо введення ЦСР; – провести аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті введення ЦСР; – оцінити вплив введених ЦСР на фінансовий стан аграрних ТНК; – визначити напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку; – надати рекомендації щодо підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК.		
Предмет дослідження:	теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо оцінювання ефективності імплементації ЦСР у бізнес-стратегії аграрних ТНК.		
Об'єкт дослідження:	процеси впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у бізнес-стратегії аграрних ТНК.		

Ключові слова: Цілі сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність, транснаціональні корпорації, стратегія сталого розвитку, Глобальний договір ООН, Глобальна ініціатива зі звітності, стейкхолдери, звіт зі сталого розвитку, аграрний сектор, ефективність.

АНОТАЦІЯ

У дипломній роботі досліджено основні засади оцінки ефективності впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) в корпоративні стратегії ТНК й надано рекомендації щодо їх удосконалення й практичного використання. Досліджено й удосконалено механізми впровадження ЦСР у стратегії управління бізнесом. Охарактеризовано корпоративну соціальну відповідальність як інструмент сталого розвитку. Проаналізовано та структуровано методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження ЦСР компаніями. Виведено й розраховано коефіцієнти прозорості розкриття компаніями показників, що сприяють досягненню ЦСР. Досліджено вплив впровадження ЦСР на капіталізацію 5-ти провідних аграрних ТНК світу. Визначено вплив економічних коливань на сталий розвиток компаній. Визначено напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку й надано рекомендації щодо підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК.

ANNOTATION

The thesis examines the basic principles of efficiency evaluation of the Sustainable Development Goals (SDGs) implementation in the TNCs` corporate strategies and provides recommendations for their improvement and practical use. The mechanisms for implementing SDGs in business management strategies were studied and developed. Corporate social responsibility as a tool of sustainable development is characterized. Methodological approaches to evaluating efficiency of SDGs implementation by companies were analysed and structured. Coefficients of disclosures` transparency of companies` indicators contributing to the achievement of SDGs are derived and calculated. The influence of SDGs implementation on the capitalization of 5 world leading agricultural TNCs was studied. The impact of economic fluctuations on the sustainable development of companies is determined. The directions of formation of effective sustainable

development strategies are defined and recommendations on increase of SDGs implementation efficiency in corporate strategies of agrarian TNCs are given.

ЗМІСТ

ВСТУП	11
РОЗДІЛ 1	13
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ	13
1.1. Механізми впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у бізнес- стратегії	13
1.2. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент сталого розвитку	20
1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії ТНК	25
Висновки до Розділу 1	32
РОЗДІЛ 2	33
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИХ ТНК У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	33
2.1. Оцінювання рівня прозорості розкриття компаніями інформації щодо впровадження ЦСР	33
2.2. Аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті впровадження Цілей сталого розвитку	40
2.3. Оцінювання впливу імplementованих ЦСР на фінансовий стан аграрних ТНК	47
Висновки до Розділу 2	53
РОЗДІЛ 3	54
РОЗВИТОК АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	54
3.1. Напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку аграрного бізнесу	54
3.2. Підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК	62
Висновки до Розділу 3	67
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
ДОДАТКИ	79

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ТНК – транснаціональна корпорація
ЦСР – Цілі сталого розвитку
КСВ – корпоративна соціальна відповідальність
АПК – агропромисловий комплекс
ООН – Організація Об'єднаних Націй
ГД ООН – Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй
ГМО – генетично модифікований організм
ЄС – Європейський Союз
ISO – International Organization for Standardization
GRI – Global Reporting Initiative
ROA – Return on assets
ROE – Return on equity
ROI – Return on investment
ROS – Return on sales
SROI – Social return on investment
SIA – Social Impact Assessment
SRA – Social Return Assessment
SCBA – Social Costs-Benefit Analysis
SVA – Stakeholder Value Added
IAIA – International Association for Impact Assessment
RI – Reputation Institute
ISS – Institutional Shareholder Services group of companies
ESG – Environmental, social and corporate governance
USD – United States dollar
BRL – Brazilian real
SGD – Singapore Dollar
США – Сполучені Штати Америки
PR – public relations

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи обумовлена необхідністю більш детального дослідження теоретико-методичних аспектів впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у діяльність бізнесу і розвитку методичних підходів щодо оцінювання ефективності впровадження ЦСР у бізнес-стратегії. Аграрний сектор характеризується значною ресурсною базою і суттєво впливає на навколишнє середовище та місцеві громади. Тож постає питання щодо дослідження впливу соціально відповідального аграрного бізнесу на сталий розвиток.

Огляд літератури. Розкриттю ролі ЦСР у бізнес-стратегіях присвячені праці В. П. Антонюк [1], Б. В. Степаненко [2], І. П. Васильчук [3]. Принципи сталого розвитку у моделях корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) досліджено у працях О. О. Охріменко і Т. В. Іванової [4] та І. В. Лебедєва [5]. Дослідження соціальної відповідальності аграрного бізнесу були висвітлені у працях Лукіної Т. І. [6], Дж. Т. Бекер і Дж. Д. Елліс [7], Р. Б. Росса, В. Пандейба і К. Л. Росса [8]. Дослідження участі бізнесу в суспільному розвитку та ефективності стратегій КСВ наведено у працях О. О. Охріменко [9], Д. О. Баюри [10], Р. Т. Лепіхіної [11].

Метою дипломної роботи є вироблення науково-методичних засад і практичних рекомендацій, спрямованих на удосконалення методичних підходів щодо оцінювання ефективності впровадження ЦСР у стратегії аграрних ТНК.

Для досягнення даної мети поставлені такі **завдання**:

- визначити механізми імплементації ЦСР у бізнес-стратегії;
- розкрити характеристики КСВ як інструменту сталого розвитку;
- висвітлити методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії ТНК;
- оцінити рівень прозорості розкриття інформації щодо введення ЦСР;

- провести аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті введення ЦСР;
- оцінити вплив впроваджених ЦСР на фінансовий стан аграрних ТНК;
- визначити напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку;
- надати рекомендації щодо підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК.

Об’єктом дослідження є процеси впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у бізнес-стратегії аграрних ТНК.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо оцінювання ефективності імплементації ЦСР у бізнес-стратегії аграрних ТНК.

Методи дослідження. У ході проведення дослідження були використані такі методи наукового пізнання: систематизації – для визначення механізмів впровадження ЦСР у бізнес-стратегії; порівняння – для співставлення ЦСР та звітності компаній; статистичний – для оцінки прозорості розкриття інформації, розрахунку кореляції соціальних інвестицій з фінансовими показниками; аналіз – для виокремлення важливих для ТНК ЦСР; логічний – для виведення коефіцієнтів розкриття компаніями показників щодо впливу на ЦСР; системний підхід – для розробки схеми формування ефективних стратегій сталого розвитку.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження можуть бути використані компаніями при формуванні й оцінці ефективності стратегії сталого розвитку. Отримані результати впроваджено в діяльність ТОВ «Агротехсоюз» і ТОВ «Компанія «Колос України».

Результати роботи опубліковано в збірнику праць молодих вчених «Актуальні проблеми економіки та управління» (2020 р.), матеріалах Міжнародних науково-практичних конференцій «Управління розвитком підприємств в умовах динамічної ринкової кон’юнктури» та «Трансформація

національної економіки в контексті реалізації євроінтеграційної стратегії» (2019 р.).

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів та висновків і має 98 сторінок, 8 таблиць, 16 рисунків, 97 використаних джерел, 12 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

1.1. Механізми впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у бізнес-стратегії

Все більше уваги з боку стейкхолдерів і суспільства загалом приділяється питанням сталого розвитку й соціально відповідального управління бізнесом, що зумовлює встановлення нових цілей, затвердження стандартів, перегляд методів корпоративного управління. Також посилюється розвиток офіційних програм, партнерств у даній сфері.

25 вересня 2015 року 193 країни прийняли низку цілей у рамках нової глобальної програми сталого розвитку. Цілі сталого розвитку (ЦСР) визначають глобальні пріоритети до 2030 року. Всього було прийнято 17 цілей [12], які охоплюють три аспекти сталого розвитку: економічне зростання, соціальне включення та захист навколишнього середовища.

Досягнення ЦСР можливе тільки при умові максимальної залученості держав, міжнародних і громадських організацій, а також представників бізнесу. Тому, перед ООН нагальним постало питання розробки шляхів і механізмів впровадження Цілей сталого розвитку (ЦСР) у стратегії управління бізнесом. Оскільки впливовість комерційного сектору набирає обертів, ООН ретельно вивчає і прагне впливати на його соціальний та економічний вплив на суспільство. Глобальний договір ООН (ГД ООН) – це не перша, але найбільш вдала спроба Організації Об'єднаних Націй позитивного впливу на поведінку бізнес-сектору.

Перелік Цілей сталого розвитку в принципів Глобального договору ООН зазначено у Додатку А.

Десять принципів ГД ООН є відправною точкою впровадження заходів з питань сталого розвитку. Принципи засновані на міжнародно визнаних

конвенціях, що стосуються прав людини, трудових прав, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Усі компанії можуть скласти план дій на основі десяти принципів, а також можуть приєднатися до ініціативи Глобального договору ООН.

Компанії, які приєдналися до Глобального договору ООН, беруть на себе зобов'язання включити десять принципів у свою ділову діяльність та звітувати щодо прогресу досягнення зазначених принципів. Вимоги до звітності залежать від розміру компанії. Станом на 2020 рік 4768 компаній є підписантами ГД ООН, серед яких 14 знаходяться в Україні [13].

Принципи, викладені в Глобальному договорі ООН, орієнтовані на представників бізнесу різних галузей. Створений у 2000 році, Глобальний договір ООН об'єднує бізнес разом з агенціями ООН, громадянським суспільством та урядами для просування десяти універсальних принципів у сферах прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Завдяки силі колективних дій Глобальний договір прагне впровадити ці десять принципів у діловій діяльності по всьому світу та каталізувати дії на підтримку ширших цілей ООН.

Дотримання принципів ГД ООН – це орієнтовані на бізнес умови впровадження ЦСР у повсякденну діяльність.

Спільно з ООН і Глобальною ініціативою зі звітності було визначено механізм впровадження ЦСР у стратегії управління бізнесом (рис. 1.1):



Рис. 1.1. Механізм впровадження ЦСР у діяльність бізнесу [14]

У посібнику [14] детально розглянуті всі зазначені етапи, а також наводяться приклади для кращого розуміння процесу.

Мінімальним стандартом поведінки, який є юридично необхідним для подальшого існування корпорації, є дотримання закону, що на визначеному мінімальному рівні сприяє досягненню Цілей сталого розвитку.

Соціальна відповідальність виходить за рамки законних повноважень і може сприяти досягненню Цілей сталого розвитку суб'єктами бізнесу за відсутності законодавчих засобів. Така поведінка може бути особливо важливою для задоволення соціальних потреб у країнах, що розвиваються, де правові режими можуть бути відсутніми або недостатньо розвиненими у сферах, пов'язаних з певними аспектами поведінки ТНК. Існують також випадки, коли існуюча законодавча база в країні суперечить міжнародним принципам та цінностям, що стосуються, наприклад, прав людини, а також трудових та соціальних стандартів. У цих випадках соціальна відповідальність може навіть вимагати, щоб ТНК ігнорували або виходили за рамки місцевого законодавства, а не скористалися недоліками в управлінні законотворчих установ у країні.

Підприємства можуть вносити вклад у досягнення ЦСР за допомогою впровадження ряду програм, заходів:

- а) дотримання вимог чинного законодавства;
- б) впровадження принципів соціального підприємництва;
- в) співпраця громадськими організаціями, благодійними фондами;
- г) розробка і затвердження внутрішніх політик діяльності підприємств, що сприятимуть досягненню ЦСР;
- д) впровадження національних, міжнародних стандартів, ініціатив;
- е) дотримання принципів ощадливого виробництва.

Зазначені методи впровадження ЦСР не є універсальними, а їх перелік залежить від галузі, напряму й специфіки діяльності бізнесу.

Питання шляхів впровадження ЦСР у діяльність аграрних компаній продовжує обговорюватися на різноманітних рівнях. Актуальними є такі питання: малі й великі компанії/фермерські господарства/кооперативи; локальне виробництво продовольчої продукції проти світового, масштаби транспортування і його вплив на навколишнє середовище; різноманітність рослинництва та монокультура; біопаливо; ГМО; інтенсивність використання запасів води.

Аграрний сектор стикається з низкою значних екологічних проблем (споживання енергії, обсяги використання води та поводження з відходами), а також мають місце соціальні виклики (умови праці), особливо зі швидким розвитком поінформованості споживачів та стурбованості населення щодо екологічних і соціальних питань [15].

Сукупність заходів, методів і підходів бізнесу щодо внеску у досягнення ЦСР становить стратегію зі сталого розвитку компанії. З метою стандартизації, систематизації, сприяння прозорості стратегій, створюються й удосконалюються міжнародні стандарти, що регулюють діяльність бізнесу у даній сфері.

Такі стандарти визначають шляхи й напрямки діяльності компаній з метою досягнення ЦСР і можуть застосовуватися до всіх фірм, незалежно від

того, чи є вони національними чи міжнародними. Загальний опис основних стандартів соціально відповідального бізнесу представлено Додатку Б.

Як бачимо, зазначені стандарти направлені на різні аспекти діяльності компаній у сфері сталого розвитку, тому компанія може слідувати положенням декількох стандартів. Однак, кожна компанія визначає власні унікальні шляхи й методи впровадження ЦСР, спрямовуючи зусилля як на окремі Цілі сталого розвитку, так і досягнення комплексного ефекту у сфері сталого розвитку шляхом розбудови стратегії.

Для того, щоб зорієнтувати менеджмент компаній у виборі власних шляхів впровадження ЦСР, Глобальним договором ООН у співпраці з неприбутковою організацією B Lab було розроблено веб-платформу SDG Action Manager, яка пропонує компаніям 200 питань, на основі яких система пропонує оптимальну змістовну бізнес-стратегію, яка складаються з певної послідовності дій. Всі компанії світу мають безкоштовний доступ до SDG Action Manager англійською, французькою, італійською, португальською та іспанською мовами, платформа пропонує рішення, що базуються на інструментах динамічного самоаналізу, бенчмаркінгу, зворотному зв'язку експертів з корпоративного сталого розвитку, громадянського суспільства, ООН компаній Глобального Договору ООН.

B Lab спеціалізується на сертифікації організацій, що добровільно відповідають стандартам прозорості, звітності, стійкості та продуктивності з метою створення цінності для суспільства, а не лише для традиційно зацікавлених сторін (наприклад, акціонерів) [16].

Веб-платформа SDG Action Manager більшою мірою зорієнтовує компанії щодо напрямів діяльності у сфері сталого розвитку і пропонує значний перелік шляхів і форм впровадження ЦСР, які не завжди відповідають реаліям функціонування бізнесу.

До форм участі бізнесу у впровадженні ЦСР відносяться: встановлення прозорих та зрозумілих процедур для всіх співробітників компанії, які не містять ознак дискримінації; реалізація навчальних програм стосовно сталого

розвитку; соціальне забезпечення для співробітників компанії (медичне страхування, часткова оплата відпочинку, організацію програм для дітей співробітників компанії тощо); затвердження й впровадження кодексу етики; інвестування в розвиток інфраструктури, необхідної для досягнення ЦСР.

Механізми реалізації проектів, що спрямовані на досягнення ЦСР, включають: стимулювання співробітників до активної участі в досягненні результативних показників; механізм об'єднаної участі; облігації впливу; змішане фінансування; державно-приватне партнерство [17].

Х. Копніною було досліджено підхід реалізації принципів сталого розвитку у діяльність бізнесу на основі стратегічного підходу до аналізу базових теоретичних положень. В процесі такого аналізу виявляються суперечності й виклики, які досліджуються на конкретних прикладах щодо окремих сфер сталого розвитку (соціальних, екологічних, економічних) [18].

Зав'яловою Є. Б. та Старіковою Є. А. було проаналізовано участь компаній стосовно впровадження ЦСР зважаючи на значимість таких цілей для бізнесу. За ознакою їх значимості ЦСР було класифіковано на галузеві, макроекономічні й обов'язкові [19].

Пакулін С. Л. та Пакуліна А. А. вважають, що розвиток підприємства відбувається всередині системи на збалансуванні матеріально-енерго-інформаційного обміну, а сталість є базовою складовою, на якій вибудовуються процеси управління розвитком [20]. Разом з тим все більше дослідників звертають увагу на інституційні аспекти впровадження цілей сталого розвитку і діяльність підприємств. Оскільки держави-члени все частіше визнають внесок різних рівнів управління та схильні включати широке коло зацікавлених сторін, таких як громадянське суспільство, наукові установи та бізнес-сектор, їм дуже часто все ще не вистачає інституціоналізації такої участі [21].

Аграрний бізнес активно залучається до процесу імплементації Цілей сталого розвитку у господарську діяльність. При цьому відбувається зміщення

акценту з ролі держави як єдиного постачальника послуг до її функцій заохочення, регулювання та координування процесами імплементації.

Продовольча та сільськогосподарська організація ООН рекомендує: підтримувати інституційні зміни шляхом мобілізації різних соціальних гравців, включаючи дрібних виробників; визнавати інтереси та конфлікти ключових акторів, створюючи механізми, за допомогою яких місцеві громади можуть формулювати перспективи та вимоги; зміцнювати інституції та інвестувати у потенціал та знання місцевих суб'єктів [22].

Мазур-Вербічка Е. вважає, що в контексті корпоративної соціальної відповідальності нові цілі Спільної сільськогосподарської політики Європейського Союзу повинні бути такими: забезпечення стабільної основи розвитку сільськогосподарського виробництва за рахунок підвищення продуктивності та конкурентоспроможності; збереження значного різноманіття високоякісних харчових продуктів у сільській місцевості; забезпечення дотримання виробництвами екологічних правил захисту (повітря, ґрунту, води), створення привабливих сільських територій; оптимізація частки сільського господарства ЄС та створення робочих місць у сільській місцевості по всьому Європейському Союзу; заохочення управління землею, яке сприяє захисту біорізноманіття, природних ресурсів та середовищ існування з урахуванням регіональних умов; забезпечення фермерів справедливим рівнем життя та довгостроковими перспективами розвитку [23].

На нашу думку механізм імплементації ЦСР у бізнес-стратегії аграрних компаній відбувається на перетині інституційного та бізнес-середовища, що забезпечує обґрунтування цілей, вибір форм взаємодії груп стейкхолдерів за умов ефективного використання наявних важелів впливу (рис. 1.2.).

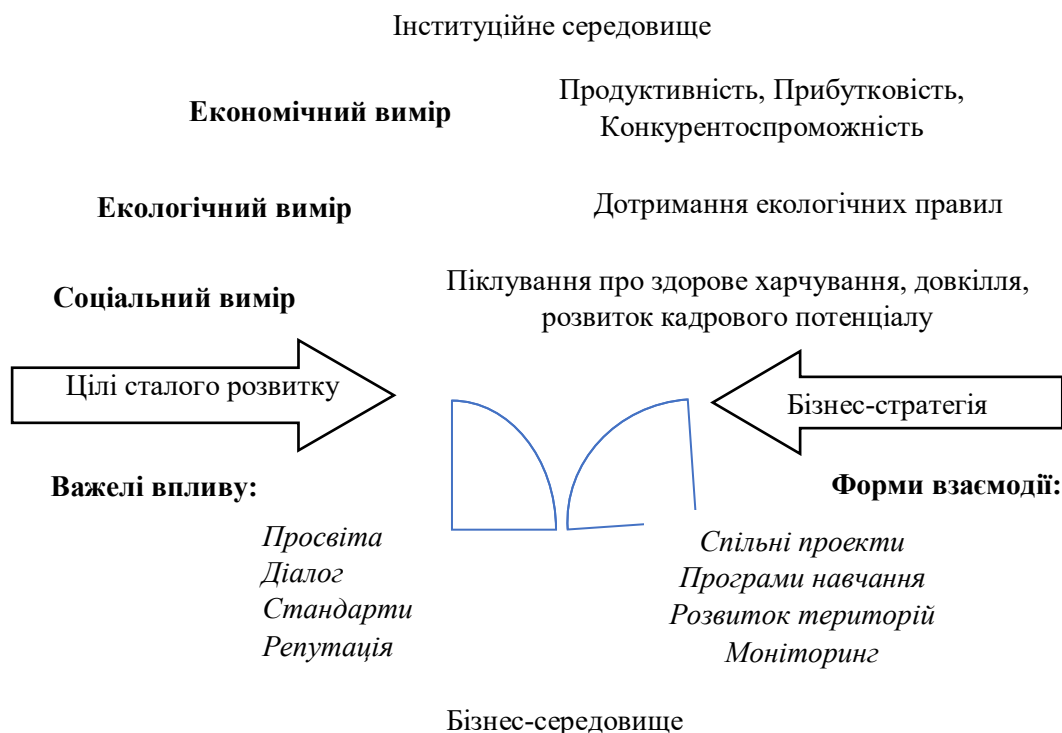


Рис. 1.2. Механізм імплементації ЦСР у бізнес-стратегії

*) Розробка автора.

Сталий розвиток будь-якої економічної системи потребує залучення ресурсів та визначення механізмів впровадження ЦСР у діяльність.

Найбільш структурованою і поширеною формою впровадження ЦСР у бізнес-стратегії є корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), далі розглянемо особливості й характеристики КСВ, що направлена на імплементацію ЦСР.

1.2. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент сталого розвитку

Цілі сталого розвитку створюють потужну основу для залучення підприємств до участі у проектах в рамках КСВ, що спрямовані на вирішення суспільних проблем. КСВ та ЦСР створюють простір для сталого зростання

бізнесу, оскільки є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими концепціями прогресивного зростання.

Орієнтація на ЦСР дозволяє ТНК вирішити проблему єдиного підходу до формування стратегії КСВ, яку компанія втілюватиме в різних бізнес-стратегіях на рівні національних економік. ЦСР сприяють закріпленню відчуття спільності бізнесу з урядом, некомерційними організаціями і споживачами у процесі вирішення проблем для досягнення спільних цілей.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це поняття, яке характеризує процес управління бізнес-процесами в компаніях, які мають на меті створення загального позитивного впливу на суспільство. Воно охоплює стійкість, соціальний вплив та етику, і стосується основного бізнесу, тобто того процесу, як компанії заробляють свої гроші. Тобто КСВ включає не тільки додаткові заходи, такі як філантропія.

Корпоративна соціальна відповідальність передбачає раціональне поєднання принципів економічної ефективності та відповідальності перед суспільством. Діяльність бізнесу, відповідно, спрямована не тільки на реалізацію класичного принципу максимізації прибутку і зниження витрат, а й на досягнення балансу між інтересами корпоративного управління і локальних спільнот. Соціальні капіталовкладення є однією з форм практичного втілення концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу і являють собою інвестиційні ресурси для побудови і розвитку відносин з внутрішніми і зовнішніми стейкхолдерами.

Суб'єктами корпоративної соціальної відповідальності вважаються як представниками бізнесу, так і сам бізнес, тобто компанії, які потенційно здатні набути конкурентних переваг, демонструючи соціально відповідальну поведінку. Соціальна відповідальність проявляється, насамперед, у здатності суб'єктів у процесі їхньої діяльності взаємоузгоджувати свої дії та інтереси.

Об'єктом корпоративної соціальної відповідальності варто розглядати різноманітні соціальні спільноти, структури і процеси, на які спрямовуються дії соціально відповідальних компаній [24].

Більшість ТНК світу має власні відокремлені відділи корпоративної соціальної відповідальності, що здійснюють моніторинг основних КСВ-показників компаній, публікують нефінансові звіти та завдяки цьому мають інструмент впливу на відношення громадськості до конкретного бізнесу [25].

І. В. Лебедєв [26] у своєму дослідженні визначає корпоративну соціальну відповідальність як спрямовану на сталий розвиток активну соціальну позицію підприємства, що включає сумлінне виконання законодавства, стандартів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань щодо задоволення економічних і соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених осіб, місцевих громад і суспільства у цілому.

На думку І. В. Лебедєва, основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у внутрішньому середовищі (у формі корпоративної соціальної політики) передбачають: забезпечення продуктивної зайнятості; створення безпечних і сприятливих умов праці; гідну оплату праці; участь працівників у прибутках підприємств; дотримання прав працівників у сфері соціально-трудова відносин, гарантія свободи діяльності профспілок; створення сприятливих умов для відтворення і розвитку людського капіталу та його раціонального використання тощо.

Основні напрями реалізації корпоративної соціальної відповідальності у зовнішньому середовищі (у формі корпоративного громадянства) передбачають: сприяння зміцненню правової держави і громадянського суспільства; розвиток соціального капіталу; налагодження дієвої системи соціального партнерства; забезпечення якості продукції, прав та інтересів споживачів, сприяння формуванню раціональної моделі споживання; охорона природи і ресурсозбереження [26].

І. М. Клименко у своєму дослідженні зазначає, що соціальна відповідальність бізнесу є невід'ємною складовою сталого розвитку суспільства з урахуванням факторів щодо забезпечення працівників необхідними соціальними благами, запровадження базових принципів етики

бізнесу, збереження навколишнього середовища, турботливого ставлення до місцевих громад, а також дотримання основних напрямів соціальної політики на національному рівні. Єдність економічних, соціальних та екологічних інтересів має реалізовуватись через відповідну систему взаємної відповідальності людини, держави, суспільства й бізнесу. Такий підхід сприятиме формуванню нового мислення й усвідомлення людиною її призначення в суспільстві, забезпеченню постійної взаємодії між різними суб'єктами економіки у процесі їх соціального співіснування [27].

Для полегшення розуміння понять сталості, сталого розвитку й соціальної відповідальності Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) використовує такі визначення:

Стійкість – це стан глобальної системи, що включає екологічні, соціальні та економічні підсистеми, в яких потреби сучасності задовольняються без шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти власні потреби.

Сталий розвиток – це розвиток, який відповідає потребам сьогодення без шкоди для можливостей майбутніх поколінь задовольняти власні потреби.

Соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство й навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я та добробут суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству, відповідає міжнародним нормам поведінки, інтегрується в організацію та її взаємовідносини з партнерами й стейкхолдерами [28].

У таблиці 1.1 висвітлено підхід Є. А. Старікової [29] щодо порівняння концепцій сталого розвитку й корпоративної соціальної відповідальності на основі їх ключових особливостей.

Порівняння концепцій сталого розвитку й корпоративної соціальної
відповідальності [29]

Критерій	Сталий розвиток	КСВ
Часові межі	Довгострокові цілі розвитку (часовий відрізок у декілька поколінь)	Актуальні (короткострокові) потреби зацікавлених сторін
Специфіка	Залежить від глобального стану речей	Залежить від конкретних вимог зацікавлених сторін
Складові	Первинний акцент на екологічній складовій, згодом – поширення на соціальні й економічні виміри	Первинний акцент на соціальних питаннях (права людини, умови праці) й проблемах екології – згодом перехід до трьох компонент відповідальності

Згідно такого підходу, корпоративна соціальна відповідальність є більш вузьким поняттям і направлена на задоволення поточних пріоритетів зацікавлених сторін.

Корпоративна соціальна відповідальність є основою сталого розвитку компаній. З одного боку, КСВ є необхідною умовою сталого бізнесу, а з іншого, тенденції у сфері сталого розвитку, включно з ЦСР, встановлюють конкретні вимоги до розвитку бізнесу, що зумовлюють напрям КСВ. За останні роки сталий розвиток став стратегічним питанням для компаній, а формування нефінансової звітності є динамічним процесом, основою якого є стандарти Глобальної ініціативи зі звітності (GRI). Стандарти GRI пов'язують реалізацію ЦСР й інтегровану звітність з КСВ.

Стандарти GRI є першими світовими стандартами звітності про сталий розвиток. Вони мають модульну взаємопов'язану структуру і являють собою найкращу світову практику звітності про низку економічних, екологічних та соціальних наслідків.

Підготовка звіту відповідно до стандартів GRI дає всеохоплюючу картину суттєвих тем організації, їх пов'язаних наслідків та способів управління економічними, екологічними та соціальними впливами. Організація також може використовувати всі або частину вибраних стандартів GRI для повідомлення конкретної інформації. Для демонстрації рівня

розкриття стандарту в кінці кожного звіту, складеного за вимогами GRI, надається таблиця, що вказує номер кожного окремого стандарту і сторінку у звіті, на якій його розкрито. В певні показники стандартів Глобальної системи зі звітності інтегровано Цілі сталого розвитку (Додаток В), що сприяє досягненню ЦСР шляхом соціально відповідального управління бізнесом і прозорого звітування [30].

На досягнення Цілей сталого розвитку спрямована також КСВ, яка побудована на принципах Глобального договору. Для кращого розуміння цього процесу Глобальним договором і ООН було визначено відповідність ЦСР десяти принципам ГД ООН (Додаток Г).

Компанії, що є підписантами зазначеної ініціативи регулярно публікують Звіт про Прогрес реалізації принципів ГД ООН, який є однією з найпростіших форм нефінансової звітності.

Белоусовим К. Є. [31] було виділено групи факторів сталого розвитку бізнес-організації, що безпосередньо пов'язані з соціальною відповідальністю бізнесу:

1. Виробничі фактори: підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок впровадження інновацій.
2. Фінансові фактори: перехід до інтегрованої звітності.
3. Зовнішні фактори: наявність формалізованих норм, вимог і стандартів; соціально-відповідальне інвестування; репутація бізнес-організації; лояльність клієнтів і споживачів до бренду; стійкість партнерських зв'язків, ступінь довіри.
4. Опосередковані фактори: соціальна стабільність; якість людського і соціального капіталів суспільства; ступінь зрілості громадянського суспільства [31].

Запатріною І. В. [17] було виокремлено переваги й недоліки соціальної відповідальності з точки зору впливу на результати щодо впровадження ЦСР:

1. Використання суттєвого впливу бізнесу на забезпечення економічного зростання, підвищення продуктивності праці та створення робочих місць – основних двигунів прогресу.

2. Доступ до інновацій приватного сектора щодо технологій, продуктів, послуг, процесів та бізнес-моделей.

3. Створення можливостей для досягнення масштабу за рахунок використання знань компаній щодо розробки бізнес-моделей для задоволення конкретних потреб клієнтів шляхом масштабування.

4. Поєднання інвестицій державного сектора в рамках державної допомоги з корпоративними благодійними, соціальними чи комерційними інвестиціями бізнесу.

5. Доступ до додаткових ноу-хау та навичок.

Створення альянсів для сприяння відповідальній соціальній та екологічній практиці, а також розповсюдження більш широких цінностей і норм, таких як захист і повага до прав людини, сприяння ефективному управлінню та підзвітності, а також посилення інтеграції та рівності [17].

КСВ може принести переваги і компаніям також. Це не скорочення рівня успіху в бізнесі, а інвестиція, яка може окупитися в довгостроковій перспективі. Соціальна відповідальність приносить переваги, наприклад, щодо економії витрат на утримання та підбору персоналу, розвитку та мотивації працівників, лояльності споживачів та зменшення витрат на енергію.

Тому досягнення ЦСР є спільним інтересом бізнесу, державних інституцій, громадянського суспільства, міжнародних організацій, яким необхідно об'єднатися з метою досягнення синергетичного ефекту.

Далі розглянемо методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії ТНК.

1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії ТНК

Ефективність – явище багатопланове, оскільки може відображати якісні та кількісні результати. Якщо говорити про ефективність стратегії впровадження ЦСР у стратегії бізнесу, то у даному випадку можна виділити ефекти для різних груп стейкхолдерів: споживачів, постачальників, акціонерів, інвесторів, громад, регулюючих органів тощо у розрізі різноманітних Цілей сталого розвитку [32].

Українськими й зарубіжними вченими розроблений ряд методичних підходів до оцінювання ефективності стратегій корпоративної соціальної відповідальності.

Для визначення впливу діяльності компаній в рамках КСВ на її фінансовий стан застосовують такі показники як рентабельність активів (ROA), рентабельність власного капіталу (ROE), рентабельність інвестицій (ROI), рентабельність продажів (ROS), поточні активи, виручка, чистий прибуток, прибутковість акцій. Метод, при якому визначається взаємозалежність витрат на КСВ й фінансових показників компаній, називається доходним. Дослідження в цій сфері ґрунтуються на порівнянні фінансових показників компаній, що активно здійснюють соціальні та благодійні програми, з фінансовими показниками компаній, менш залучених у соціальну й благодійну діяльність [33].

Вплив результатів реалізації соціальних проектів компанії на репутацію оцінюється шляхом порівняння показників швидкості набору персоналу, плинності кадрів, % позитивних відгуків споживачів, відносин з бізнес-партнерами й громадськістю.

Соціальна ефективність інвестицій може оцінюватися на основі методики SROI (Social Return on Investment), яка оцінює соціальний та екологічний вплив інвестицій, описуючи зміни, що відбуваються, по можливості представляючи кількісні результати показників [34]. Серед

методик оцінювання соціальної ефективності, що ґрунтуються переважно на якісному аналізі даних, виділяють SIA (Social Impact Assessment), SRA (Social Return Assessment), SCBA (Social Costs-Benefit Analysis), SVA (Stakeholder Value Added). Активно використовуються Міжнародні принципи оцінки соціальних наслідків і результатів IAIA (International Association for Impact Assessment).

Серед українських вчених поширеним є оцінювання стратегій КСВ, на основі обчислення інтегрального показника. Так, Дерев'янка Т. А. [35] було запропоновано оцінювання на основі ієрархії показників. Показники мають різні одиниці вимірювання, тому їм надається бальна оцінка згідно обраної шкали. Такий підхід має право на існування, але носить суб'єктивний характер, тому потребує ґрунтовної експертної оцінки при залученні максимальної кількості фахівців [32].

Також поширеним у світовій практиці є індексний метод оцінювання. Індeksi, що оцінюють рівень соціальної відповідальності компаній, можна поділити на фондові індекси (Domini Social Index 400, Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Good та інші) та нефондові індекси (Corporate Philanthropy Index, Environmental Sustainability Index та інші) [36].

Характеристика найпоширеніших індексів, що відображають соціально відповідальну діяльність суб'єктів бізнесу наведено у додатку Д.

Поширеним інструментом оцінки внеску компаній у досягнення суспільного благополуччя є їх рейтингування. Переважна кількість таких методів є індексними, що передбачають побудову рейтингу компаній. Деякі методи пропонують використання комплексу індикаторів або показників, в тому числі показників результативності. Сам факт попадання компанії в рейтинг соціально відповідальних компаній може виступати в якості критерію при прийнятті рішення щодо вкладення коштів стейкхолдерами й мати позитивний вплив на імідж компанії серед партнерів і споживачів.

Найбільш відомими світовими рейтингами оцінки соціально відповідального бізнесу є:

1. Рейтинг Інституту репутації (Reputation Institute, RI), світового лідера з репутаційного аудиту й консалтингу. Інститут щорічно випускає рейтинг корпоративної репутації Global RepTrak 100, який складається після опитування понад 200 000 людей з числа широкої громадськості в 15 країнах [37].

2. Рейтинги онлайн-платформи CSRHub – на платформі регулярно публікується ряд різнопланових рейтингів, що оцінюють КСВ більшості великих компаній Північної Америки, Європи та Азії. Кожний рейтинг складається за особливою методикою й характеризує певну сторону соціально відповідальної діяльності компаній [38].

3. Корпоративний рейтинг ISS ESG надає релевантну, галузеву та перспективну оцінку екологічних, соціальних та управлінських показників діяльності компаній світу [39].

Окрім загальновідомих світових рейтингів, на регулярній основі випускаються національні, метою яких є ранжування компаній, що функціонують в певній країні, за рівнем їх соціально відповідальної діяльності [32].

В Україні такими є рейтинг українських компаній «ГВардія соціально відповідальних компаній», що проводить рейтингове агентство «ГВардія» й щорічно публікує у своєму журналі. Методика рейтингу полягає в інтегральному оцінюванні підприємств, що складається з чотирьох показників: публікація нефінансових звітів; рівень розкриття інформації; особливості менеджменту сфери корпоративної соціальної відповідальності щодо залучення зацікавлених сторін; благодійність компаній.

З 2011-го року в Україні Центром розвитку КСВ публікується рейтинг відповідно Індексу прозорості сайтів українських компаній, який відображає рівень розкриття інформації щодо соціально відповідальної діяльності українського бізнесу на сайтах компаній, розрахунки проводяться за методикою Beyond Business (Ізраїль) [40].

З 2019-го року видавнича група «Картель» представляє ТОП-20 компаній, які найбільш ефективно впроваджують кращі практики КСВ в Україні, і в тому ж році розпочав свою діяльність перший професійний рейтинг корпоративної стійкості українських компаній Sustainable Ukraine [41].

Рейтингові методики представлені і в наукових публікаціях. У працях російського науковця Н. А. Товми висвітлено методику визначення рейтингу компаній щодо КСВ. У розрахунок береться показник інтегральної ефективності, що включає як економічну, так і соціальну складову [42].

Для полегшення процесу порівняння соціальної відповідальності компаній і стандартизації нефінансових звітів, були розроблені стандарти GRI. Планується розробка стандартів для окремих секторів, які визначатимуть та описуватимуть вплив сектору та проблеми зацікавлених сторін з точки зору сталого розвитку.

Одним із пріоритетних є проект розробки стандарту GRI для сільського та рибного господарства. Цьому сектору було надано пріоритет, тому що він широко зафіксував вплив на економічний, екологічний та соціальний аспекти, такі як зміна клімату, біорізноманіття та права людини. Галузевий стандарт надаватиме підтримку компаніям. Проектна група по роботі зі стандартом буде створена вже у 2020 році [43]. Після виходу стандарту GRI аграрного сектору передбачається збільшення кількості аграрних компаній, які публікують нефінансові звіти.

Проаналізувавши існуючі методи оцінювання ефективності впровадження ЦСР у бізнесові стратегії, вважаємо за доцільне розроблення власного методичного підходу, що відповідає цілям дослідження. Дана робота передбачає проведення оцінки результативності ЦСР в стратегіях ТНК з точки зору впливу на суспільство й фінансові показники компаній.

Передбачається, що вплив на суспільство проявляється через позитивні ефекти реалізованих проектів, їх спрямованість на вирішення потреб стейкхолдерів. З цією метою передбачається виявлення зв'язків між сферою

діяльності компаній (спеціалізація, асортимент), Цілями сталого розвитку та реалізованими проектами й визначаються конкретні зрушення (ефекти) у вирішенні суспільних проблем. Вплив ТНК можна розглядати як на світовому, так і на національних рівнях, які виявляють типові для даного регіону проблеми. Для повноти оцінювання внеску компаній у вирішення глобальних проблем пропонується проведення аналізу широти охоплення ЦСР проектами (кількість реалізованих цілей та проектів), рівня спеціалізації компаній на окремих ЦСР та бізнес-активності ТНК (рівень капіталізації, дохід, прибуток, активи) [32].

Окрім систем оцінок, які розголошуються публічно, існують також методики оцінки ефективності впровадження принципів сталого розвитку, які належать консалтинговим компаніям по всьому. Такі методи оцінки впливу діяльності компаній на досягнення ЦСР можна розділити на окремі групи (рис. 1.3). Розглянемо детальніше кожну з них.



Рис. 1.3. Класифікація підходів оцінки ЦСР [44]

До загальновизнаних рейтингів і систем оцінки ЦСР належать продукти й підходи міжнародних компаній, організацій, ініціатив:

1. Inrate – незалежна швейцарська рейтингова агенція з питань сталого розвитку. Починаючи з 1990 року, агенція підтримує бізнес, допомагаючи розробляти та успішно впроваджувати інноваційні рішення щодо сталого розвитку. Також компанія регулярно публікує рейтинги з питань ESG (екологічні, соціальні, управлінські впливи), що вимірюють реальний вплив продуктів та послуг [45].

2. Рейтинг Послуг інституційних акціонерів (ISS) ESG – надає релевантну перспективну оцінку ефективності діяльності компанії в галузі навколишнього середовища, соціальної сфери та управління [46].

3. Vigeo Eiris – міжнародний постачальник досліджень та послуг за методологією оцінки ESG для інвесторів та організацій [47].

Взаємовплив результативності впровадження ЦСР бізнесом та фінансових показників компаній досліджується такими організаціями й ініціативами:

1. MSCI ESG Research – дослідження щодо ролі рентабельності інвестицій у їх віддачі громаді й орієнтації на сталий розвиток, що провадиться американською фінансовою компанією [48].

2. Sustainalytics – компанія, що базується в Нідерландах і оцінює стійкість компаній на основі їх екологічних, соціальних та корпоративних показників управління [49].

3. Trucost – компанія, що базується в Лондоні й оцінює ризики діяльності бізнесу стосовно зміни клімату, обмеженості природних ресурсів, факторів ESG [50].

Числові, кількісні розрахунки щодо впливу компаній на ЦСР включають активну участь і підходи таких платформ:

1. Impact-Cubed (Велика Британія), використовує методологію розрахунку впливу інвестицій на досягнення Цілей сталого розвитку, веде свою діяльність у м. Лондон [51].

2. Imug (Німеччина) – проводить комплексні дослідження сталого розвитку акцій та облігацій, включаючи секторний аналіз, аналіз інвестиційного портфеля, створення баз даних [52].

Класифікації за галузями, продукцією та послугами розробляються міжнародною рейтинговою агенцією Vigeo Eirisn [53].

Прикладом схеми ЦСР за тематикою впливу є підхід міжнародної компанії Iris, що полягає в оцінці стратегій КСВ щодо факторів впливу на ESG [54].

Аналітичні звіти з ЦСР готують такі ініціативи:

1. Sinzer (Нідерланди) – підхід направлений на удосконалення стратегій оцінки, звітування та підвищення ефективності соціальних впливів [55].

2. South Pole (Швеція) – спеціалізується на оцінці екологічного впливу й створення стратегій сталого розвитку, що сприяють вирішенню проблеми зміни клімату [56].

Оскільки методи вимірювання впливу діяльності організацій на ЦСР не є стандартизованими, кожен постачальник даних застосовує свою власну методологію, використовуючи загальнодоступну інформацію в поєднанні з внутрішнім дослідженням [32].

В розділі 2 дипломної роботи пропонуємо провести аналіз результативності впровадження ЦСР аграрними ТНК і її впливу на фінансовий стан компаній. При оцінюванні ефективності імплементації ЦСР та їх впливу на фінансовий стан ТНК передбачається застосування методу комплексних статистичних коефіцієнтів, а також удосконаленого доходного методичного підходу, що полягає в урахуванні часових проміжків, політики і досвіду впровадження ЦСР у стратегії компаній.

Висновки до Розділу 1

У ході роботи над Розділом 1 дипломної роботи досліджено теоретико-методичні аспекти впровадження Цілей сталого розвитку у діяльність бізнесу:

Дослідження механізмів впровадження ЦСР дало зрозуміти, що вони є визначеними у різних формах міжнародними організаціями, науковцями, міжнародними стандартами соціально відповідального бізнесу, що диктують правила імплементації ЦСР у бізнес-стратегії. Однак, кожна компанія формує власний шлях впровадження ЦСР, орієнтуючись на одну чи декілька зазначених ініціатив. Більшість таких шляхів і механізмів передбачають впровадження заходів, які можливі тільки за умови кооперації бізнесу з іншими суб'єктами господарювання, включно з громадськими організаціями й державними органами.

Вивчення КСВ як форми впровадження ЦСР у бізнесові стратегії компаній показало, що КСВ поєднує інтереси зацікавлених сторін із необхідністю вирішення проблем, пов'язаних зі сталим розвитком. Звітність за стандартами GRI і/або ГД ООН показує поточний стан і напрями діяльності компанії у сфері КСВ стосовно міри впровадження кожної ЦСР. Діяльність у сфері КСВ впливає на економічний простір місця перебування компанії і, залежно від доцільності й ефективності стратегії КСВ, може нести як значні витрати, так і економію ресурсів компанії.

Аналіз методичних підходів до оцінювання ефективності впровадження ЦСР виявив різноманітну направленість таких підходів щодо оцінки впливовості імplementованих ЦСР на суспільство, фінансовий стан і репутацію компаній. До таких методичних підходів належать індексний, рейтинговий, доходний, бальний, а також ті, що орієнтуються на міжнародні стандарти.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ СТРАТЕГІЙ АГРАРНИХ ТНК У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

2.1. Оцінювання рівня прозорості розкриття компаніями інформації щодо впровадження ЦСР

На досягнення ЦСР спрямована соціальна відповідальність, побудована на принципах Глобального договору. Корпоративна соціальна відповідальність сприймається як один із інструментів сталого розвитку (справді, в тому числі термін "стійкий" в обох поняттях відноситься до економічного, соціального та екологічного аспектів) [57]. Аграрний бізнес одним із перших увійшов до підписантів ГД ООН та частка його участі серед інших комерційних компаній світу найбільшого значення сягала на початку (4,5%), і збільшилась на 1,2% за останні 5 років, на 2,5% – за останні 10 років. Також можемо спостерігати плавне зростання залученості аграрного бізнесу до ГД ООН за останні 12 років (рис. 2.1).

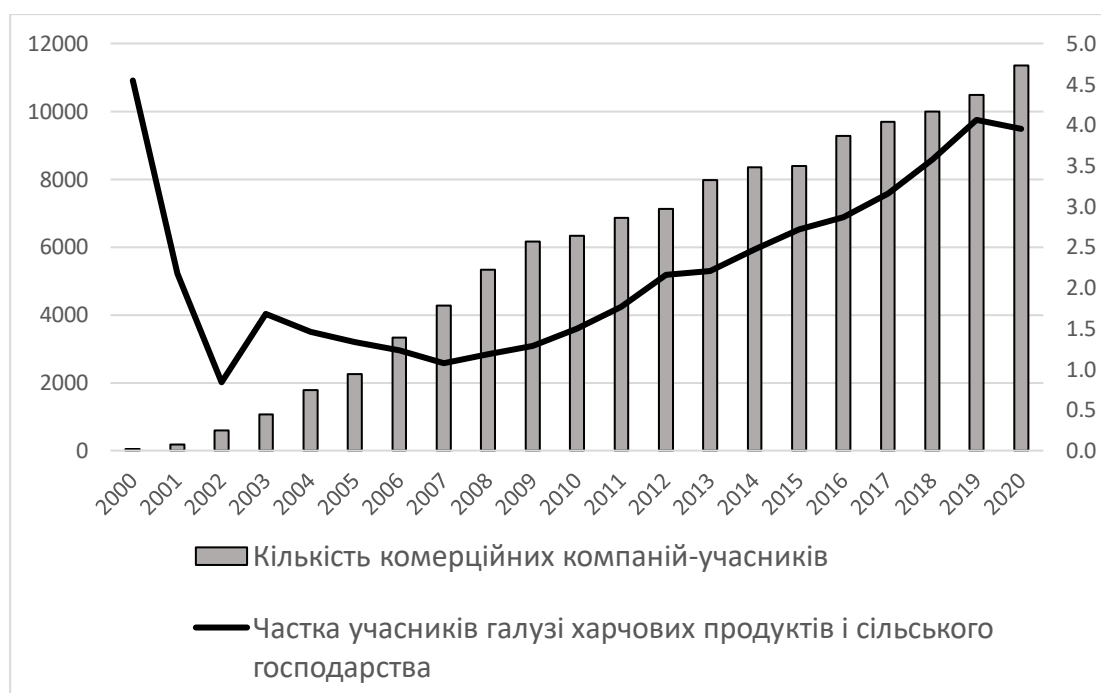


Рис. 2.1. Динаміка комерційних компаній-учасників ГД ООН

* Дані за 2020 рік – станом на 01.05.2020

** Складено на основі: [58; 59].

Станом на 2020 р. 448 компаній галузі харчових продуктів і сільського господарства є підписантами ГД ООН, і тільки одна із них (агропромисловий холдинг «Астарта-Київ») знаходиться в Україні, всього ж в Україні налічується 64 підписанта [18].

Одним із обов'язків підписантів є звітування щодо внесків компанії у досягнення кожної ЦСР, у якому компанії надають інформацію щодо того, чи впроваджується кожна окрема ціль у стратегію управління компанією, чи має компанія позитивний вплив на досягнення цілі, чи сприяють продукція й послуги компанії досягненню цілі.

За результатами такого опитування щорічно складається статистика щодо тенденцій участі бізнесу за окремими ЦСР (рис. 2.2).

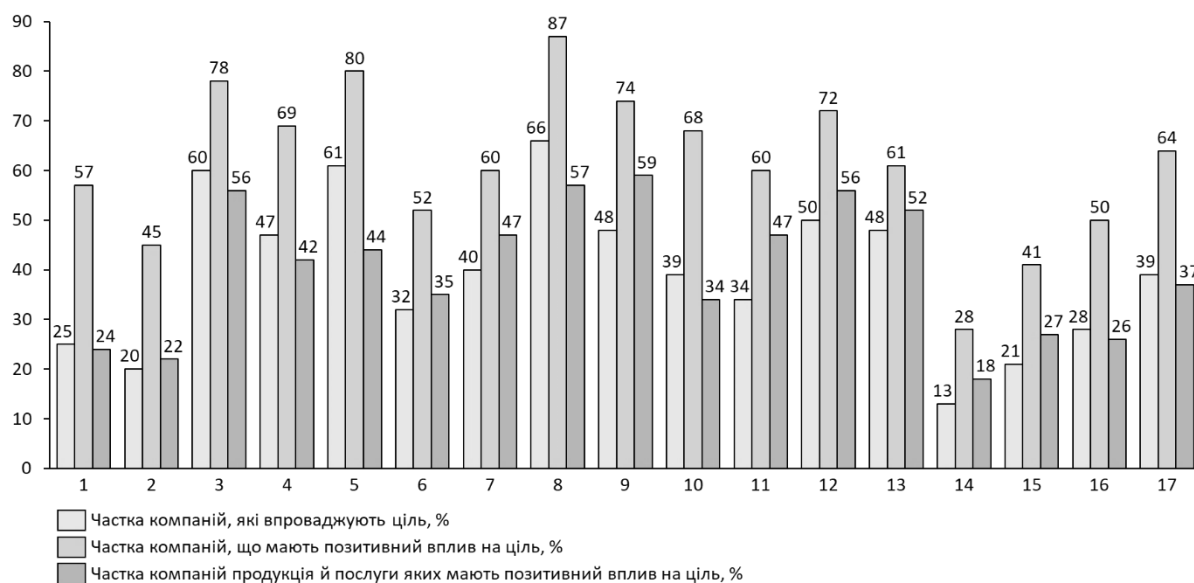


Рис. 2.2. Результати звітів компаній-учасників щодо ГД ООН за окремими ЦСР у 2019 році

*) Складено на основі: [59].

Результати проведеного опитування у 2019 році свідчать, що соціально відповідальні компанії світу схильні спрямовувати зусилля на досягнення таких цілей сталого розвитку: Ціль №3 – Міцне здоров'я і благополуччя; Ціль №5 – Гендерна рівність; Ціль №8 – Гідна праця та економічне зростання.

Найменша увага приділяється таким цілям: Ціль №2 – Подолання голоду; Ціль №14 – Збереження морських ресурсів; Ціль №15 – Захист екосистем суші.

Як бачимо, компанії схильні орієнтувати свою діяльність на досягнення тих цілей, на які бізнес-сектор має безпосередній вплив і які найбільш легко інтегрувати у систему управління. Ті ж ЦСР, на які мають вплив тільки окремі галузі й сектори, потребують більшої спеціалізації від таких компаній-учасників на їх досягнення. Стратегія та політика розвитку аграрних комплексів на рівні національних економік вимушена враховувати цілу низку економічних, соціальних та екологічних проблем, та спрямовувати сферу АПК у напрямі до стійкого розвитку.

Першим і найбільш поширеним стандартом, що диктує правила підготовки нефінансових звітів, є стандарт Глобальної ініціативи зі звітності (GRI). Станом на 2020 рік у базі ініціативи зареєстровано 61225 звітів 14538 компаній світу. Щорічна кількість опублікованих звітів збільшилася на 37,5% у 2017 році (7318 звітів) порівняно з 2012 (5323 звіти), а частка звітів аграрних компаній зросла з 1,2% до 1,6% за вказаний період. Українські аграрні компанії більш активно звітують за стандартами Глобальної ініціативи зі звітності, ніж за принципами ГД ООН. Це пов'язано з меншим рівнем регламентованості щодо обов'язкового висвітлення окремих показників. Серед них звіти за стандартами GRI публікують ПрАТ МХП, ТОВ Фірма "Астарта-Київ", ТОВ Кернел Груп, 28,6% зареєстрованих у глобальній базі GRI національних звітів 2017 року є звітами аграрних компаній [60].

Підготовка звіту відповідно до стандартів GRI дає всеохоплюючу картину суттєвих тем в організації напрямку сталого розвитку, їх пов'язаних наслідків та способів управління економічними, екологічними та соціальними впливами. Організація також може використовувати всі або частину вибраних стандартів GRI для повідомлення конкретної інформації.

Проведемо аналіз звітності компаній стосовно розкриття інформації щодо впровадження ЦСР (табл. 2.1), орієнтуючись на таблицю відповідності

номерів стандартів GRI окремим цілям сталого розвитку [30], яка розроблена Глобальною ініціативою зі звітності, ГД ООН і Всесвітньою Радою бізнесу з питань сталого розвитку, визначивши пріоритетні цілі й напрямки діяльності провідних світових і національних аграрних компаній (Додаток Е). Об'єктами аналізу обрано провідні аграрні компанії на світовому (Archer Daniels Midland, JBS, Tyson Foods, Wilmar International) й національному (Астарта, МХП) ринках.

Таблиця 2.1

Частка розкриття ЦСР компаніями

Номер цілі	Іноземні ТНК				Національні компанії	
	ADM	JBS	Tyson Foods	Wilmar	Астарта	МХП
Ціль 1	50.0%	25.0%	25.0%	75.0%	25.0%	50.0%
Ціль 2	40.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	40.0%
Ціль 3	16.7%	33.3%	25.0%	58.3%	25.0%	58.3%
Ціль 4	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
Ціль 5	14.3%	14.3%	7.1%	50.0%	21.4%	42.9%
Ціль 6	27.3%	36.4%	36.4%	72.7%	18.2%	45.5%
Ціль 7	42.9%	14.3%	42.9%	28.6%	28.6%	28.6%
Ціль 8	32.4%	17.6%	26.5%	47.1%	20.6%	52.9%
Ціль 9	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	50.0%	50.0%
Ціль 10	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%
Ціль 11	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
Ціль 12	33.3%	33.3%	42.9%	33.3%	19.0%	47.6%
Ціль 13	50.0%	25.0%	62.5%	50.0%	18.8%	37.5%
Ціль 14	42.9%	21.4%	50.0%	78.6%	14.3%	35.7%
Ціль 15	42.9%	14.3%	50.0%	78.6%	7.1%	21.4%
Ціль 16	23.1%	15.4%	26.9%	38.5%	7.7%	23.1%
Ціль 17	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%

*) Складено на основі: [30; 61–66].

Орієнтуючись на задану вибірку, можемо зробити висновок, що стратегії соціально відповідального бізнесу аграрного сектору значною мірою направлені на звітування щодо таких ЦСР: Ціль №1 – Подолання бідності; Ціль №13 – Пом'якшення наслідків зміни клімату; Ціль №14 – Збереження морських ресурсів; Ціль №6 – Чиста вода та належні санітарні умови.

Як бачимо, напрями впливу компаній аграрного сектору на сталий розвиток не відповідають загальним напрямкам світового бізнесу, які визначені

на рис.2.2. Тому, розвиток соціальної відповідальності аграрного сектору сприяє досягненню сталого розвитку у тих сферах, на які інші галузі не роблять акцент.

На основі отриманих у Додатку Б даних, проведемо оцінку рівня розкриття компаніями стандартів, що відповідають окремим ЦСР. З цією метою розрахуємо такі показники:

1. Коефіцієнт висвітлення компанією у звіті окремої ЦСР (2.1) – розраховується як середнє значення ступеню розкриття компанією кожної із 17 Цілей сталого розвитку. Показник показує наскільки компанія звітує в середньому за однією ціллю і розраховується як

$$K_{SDG\ AVG} = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{s_n}{s_n+h_n}}{17}; \quad (2.1)$$

де $K_{SDG\ AVG}$ – коефіцієнт висвітлення компанією у звіті окремої ЦСР;

n – порядковий номер ЦСР;

s_n – кількість висвітлених компанією показників у звіті, що відповідають n -ній ЦСР;

h_n – кількість показників, що відповідають n -ній ЦСР і не показані компанією у звіті.

2. Коефіцієнт розкриття компанією у звіті показників, що сприяють досягненню ЦСР (2.2) – розраховується як розкриття компанією показників, що відповідають ЦСР. Показник показує наскільки компанія звітує по досягненню ЦСР і розраховується як

$$K_{SDG} = \frac{s}{s+h}; \quad (2.2)$$

де K_{SDG} – коефіцієнт розкриття компанією у звіті показників, що сприяють досягненню ЦСР;

s – кількість висвітлених компанією показників у звіті, що відповідають ЦСР;

h – кількість показників, що відповідають ЦСР і не показані компанією у звіті.

Згідно наведених методик розрахунку можна зазначити, що ті компанії, у яких $K_{SDG\ AVG} > K_{SDG}$, є більш спеціалізованими на досягненні певних ЦСР, а ті, у яких $K_{SDG\ AVG} \leq K_{SDG}$, звітують по окремим ЦСР більш рівномірно. Показник K_{SDG} характеризує діяльність компанії, що направлена на реалізацію ЦСР загалом, а $K_{SDG\ AVG}$ означає середній рівень розкриття компанією інформації щодо результатів впровадження конкретної ЦСР.

На основі даних, наведених у Додатку Б і розрахованих у табл. 2.1 розрахуємо зазначені вище коефіцієнти для аналізованих нами компаній (рис.2.3):

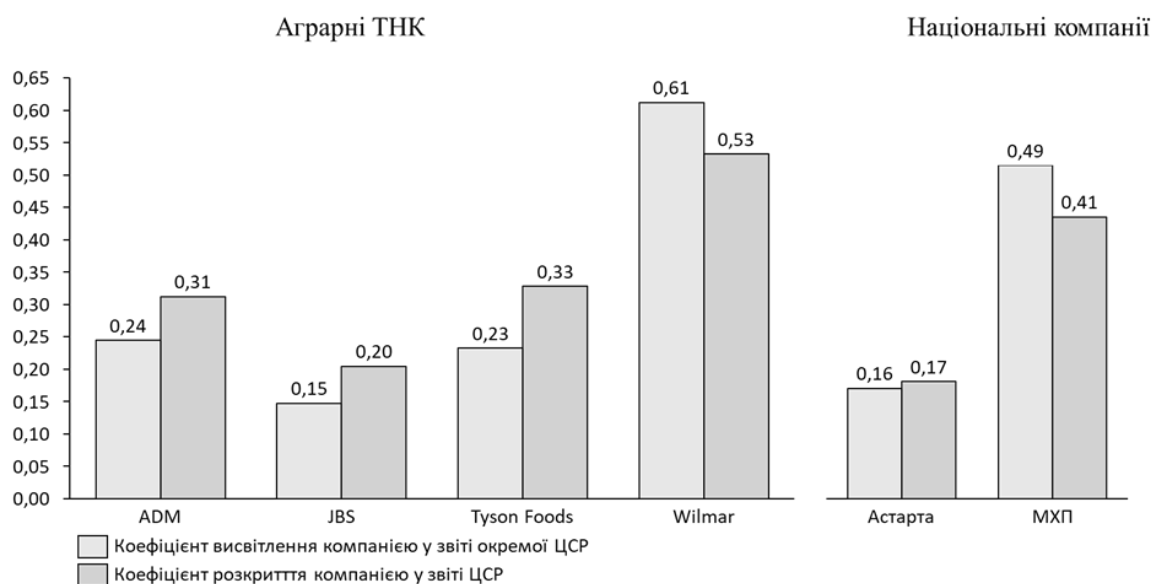


Рис. 2.3. Коефіцієнти розкриття компаніями інформації щодо діяльності у сфері Цілей сталого розвитку

*) Складено на основі: [30; 61–66].

Підходи соціально відповідальних компаній щодо впровадження ЦСР можна поділити на спеціалізовані й менш спеціалізовані на окремих напрямках (ЦСР). З метою проведення сегментації компаній за вказаними підходами розраховано міру розсіювання (дисперсію) значень частки розкриття ЦСР компаніями. Чим більшою є дисперсія, тим більший рівень спеціалізації компанії.

За результатами розрахунків компанії за підходами до декларування діяльності у сфері ЦСР було розділено на 3 категорії (рис. 2.4): спеціалізовані (Wilmar International), середньо спеціалізовані (Archer Daniels Midland, Tyson Foods, МХП), майже не спеціалізовані (JBS, Астарта).

Як бачимо, у двох найбільш спеціалізованих компаній (Wilmar International, МХП) коефіцієнт висвітлення компанією у звіті окремої ЦСР ($K_{SDG\ AVG}$) є більшим за коефіцієнт розкриття компанією у звіті показників, що сприяють досягненню ЦСР (K_{SDG}). Також такі компанії є найбільш потужними щодо загального впливу на сталий розвиток серед конкурентів на їхніх ринках.

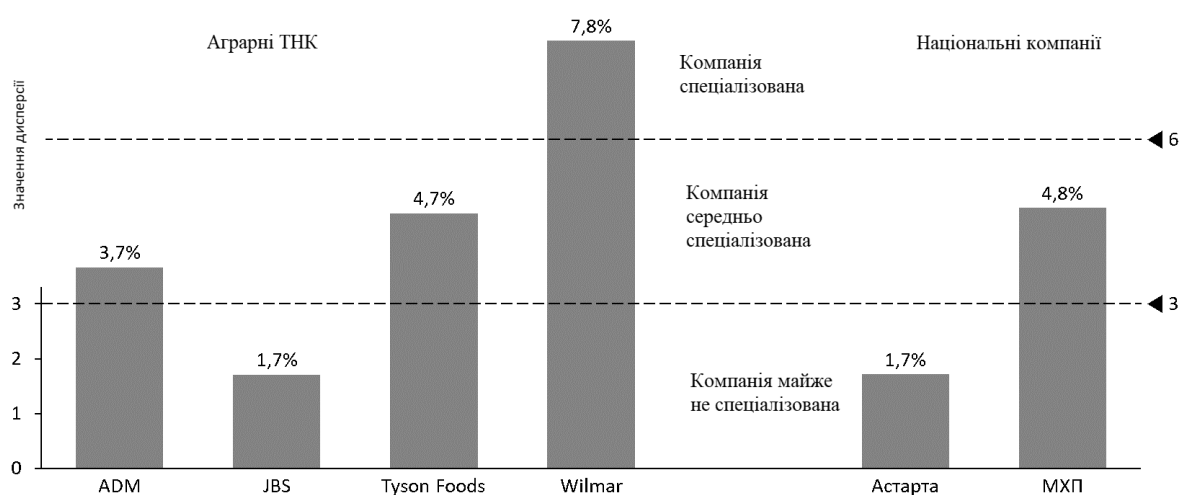


Рис. 2.4. Коефіцієнти розкриття компаніями інформації щодо діяльності у сфері Цілей сталого розвитку

*) Складено на основі: [30; 61–66].

Частина світових і національних компаній роблять акцент на досягненні декількох цілей, такі стратегії сталого розвитку компаній є спеціалізованими. Інший підхід полягає у відносно рівномірній імплементації ЦСР у діяльність бізнесу. На основі дослідженої вибірки виявлено позитивну асоціативну залежність між ступенем прозорості розкриття компанією інформації щодо впровадження ЦСР і рівнем спеціалізації її стратегії сталого розвитку.

Це свідчить про вищий рівень прозорості розкриття інформації тих компаній, стратегії соціальної відповідальності яких направлені на

спеціалізацію на досягненні окремих ЦСР з одночасним впровадженням і висвітленням інших, менш пріоритетних цілей.

Як бачимо, потреба в глибокому розкритті стандартів GRI і принципів ГД ООН зумовлює інтенсифікацію зусиль компаній, включно з представниками аграрного бізнесу, щодо впровадження принципів, заходів, політик, проектів, які спрямовані як на вплив на сталий розвиток загалом, так і на окремі ЦСР. Шляхом виконання зазначеного ряду дій досягається позитивний вплив на сталий розвиток місцевих громад, країн і світу в цілому. Звітність компаній у цьому напрямі слугує потужною базою для розрахунку рівня впливу компаній, що звітують перед ГД ООН і публікують стандарти GRI, на сталий розвиток.

Чим більшим є рівень розкриття інформації щодо впроваджених заходів, які мають позитивний вплив на сталий розвиток, тим більше значення матимуть наведені коефіцієнти, які показують середню частку впровадження однієї ЦСР ($K_{SDG\ AVG}$), і частку сукупності результатів дій щодо впливу на сталий розвиток (K_{SDG}).

В результаті розрахунку наведених коефіцієнтів виявлено, що, згідно звітності, найбільш суттєві дії, що мають позитивний вплив на сталий розвиток, звітують ТНК Wilmar International ($K_{SDG\ AVG} = 0,61$; $K_{SDG} = 0,53$) і національна Група компаній ПрАТ «Миронівський Хлібопродукт» ($K_{SDG\ AVG} = 0,49$; $K_{SDG} = 0,41$). Відносно незначні результати розкриваються у звітності у компаній JBS ($K_{SDG\ AVG} = 0,15$; $K_{SDG} = 0,33$) і ТОВ «Астарта-Київ» ($K_{SDG\ AVG} = 0,16$; $K_{SDG} = 0,17$).

2.2. Аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті впровадження Цілей сталого розвитку

Проаналізуємо особливості підходів провідних аграрних ТНК світу, які публікують звіти зі сталого розвитку, щодо впровадження ЦСР. Коротка

характеристика напрямів їх реалізації обраними компаніями наведена в Додатку Ж.

На основі наведених у додатку Г основних напрямів соціально відповідальної діяльності обраних компаній, можна зазначити, що аграрні ТНК основний акцент роблять на впровадженні Цілей сталого розвитку: №3-забезпечення здорового способу життя та благополуччя для всіх у будь-якому віці, № 8 -достойні робочі місця й економічне зростання, № 9- створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій сталій індустріалізації та інноваціям, № 13-вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та його наслідками, № 12 - забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва, № 15-захист та відновлення екосистем суші, сприяння їх раціональному використанню [32].

Для досягнення позитивного впливу на суспільство компанії включають ЦСР у свої КСВ-стратегії. Перелік цілей залежить також від напрямку діяльності компанії. Більшість соціально відповідальних компаній аграрного сектору включають цілі забезпечення життя на землі та захисту планети у своїй бізнес-стратегії. Для забезпечення сталого розвитку компанії мають сприяти досягненню максимальної кількості цілей. Перелік напрямів основних проектів, реалізованих компаніями в межах кожної ЦСР наведено у додатку 3. Кількість ЦСР, що входять у корпоративні стратегії обраних ТНК, а також сумарна кількість проектів, реалізованих щорічно в рамках цілей, наведені у таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК

Корпорація	Рік	Цілі сталого розвитку, що входять в основу стратегії компанії і кількість проектів в межах їх впровадження																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Archer Daniels Midland	2014	-	1	-	-	-	-	-	2	2	-	-	3	1	-	1	-	-
	2015	-	1	1	-	-	-	1	1	1	-	-	2	1	-	1	-	-
	2016	-	1	1	-	-	1	1	3	2	-	1	3	1	-	1	-	-
	2017	-	1	1	-	-	2	1	3	2	-	1	3	2	-	1	-	-
	2018	-	2	1	-	1	2	1	3	2	-	1	3	2	-	1	-	-
	2014	-	1	-	-	-	1	2	2	-	1	-	2	1	-	1	-	-

Louis Dreyfus Group	2015	-	1	-	-	-	1	2	3	-	1	-	2	1	-	1	-	
	2016	-	1	-	-	1	1	2	2	-	1	-	2	1	-	1	-	
	2017	-	1	-	-	1	1	-	2	1	-	-	2	2	1	1	-	1
	2018	1	1	-	1	1	1	2	2	1	1	-	2	1	1	1	1	1
JBS	2014	-	-	2	-	1	1	1	2	-	-	-	3	2	-	2	-	-
	2015	-	-	2	-	1	1	-	3	-	-	-	3	3	-	2	-	-
	2016	-	-	3	-	-	1	1	3	-	-	-	3	3	-	2	-	-
	2017	-	-	3	-	-	1	1	3	-	-	-	3	3	1	2	-	-
Wilmar international	2015	-	-	-	1	-	-	-	3	-	-	-	1	1	-	2	-	1
	2016	-	-	-	1	-	-	-	4	-	-	-	1	1	-	2	-	1
	2017	-	-	-	2	1	-	-	5	-	-	-	1	1	-	2	-	1
	2018	-	-	-	2	2	-	-	4	-	-	-	1	1	-	3	-	1
Tyson Foods	2014	-	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-	1	1	-	-	-	-
	2016	-	2	2	-	-	-	2	2	-	1	2	1	5	-	1	-	-
	2017	-	2	3	-	-	-	2	3	-	1	2	2	6	-	1	-	-
	2018	-	2	3	-	2	-	2	3	-	1	2	2	6	-	1	-	-

*) Складено на основі: [61–65; 67].

У межах впровадження кожної із цілей, компанії реалізують проекти різних напрямлень, що сприяють їх досягненню. Обрані компанії реалізують найбільшу кількість проектів щодо ЦСР №8, №12, №15, які найбільше відповідають сфері їх діяльності. У процесі впровадження цілей №1, №10, №14, №17, виконується мінімальна кількість проектів. Отримані дані ми порівнюємо з позиціями компаній у рейтингу Global Fortune 500 (2018 р.), щоб виявити можливі зв'язки між соціальною активністю та їх бізнес-активністю (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Порівняльний аналіз широти охоплення ЦСР і кількості проектів щодо впровадження ЦСР з місцем у рейтингу Global Fortune 500

Корпорація	Рік	Всього цілей	Всього проектів	Місце компанії у рейтингу Global Fortune 500
Archer Daniels Midland	2014	6	10	87
	2015	8	9	104
	2016	10	15	112
	2017	10	17	134
	2018	11	19	152
Louis Dreyfus Group	2014	8	11	150
	2015	8	12	151
	2016	9	12	157
	2017	10	13	182

	2018	15	18	173
JBS	2014	8	14	251
	2015	7	15	202
	2016	7	16	185
	2017	8	17	191
	2018	7	16	199
Wilmar International	2015	6	9	252
	2016	6	10	254
	2017	7	13	239
	2018	7	14	248
Tyson Foods	2014	4	6	346
	2016	9	18	235
	2017	9	22	283
	2018	10	24	297

*) Складено на основі: [68].

Як бачимо, широта охоплення ЦСР і реалізованих соціальних проектів не завжди залежить від бізнесової активності компанії. Доцільним є аналіз взаємовпливу цих показників у динаміці шляхом розрахунку коефіцієнту кореляції кількості впроваджених ЦСР, реалізованих проектів з місцем компанії в рейтингу Global Fortune 500 (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Оцінка взаємовпливу широти охоплення ЦСР і кількості проектів щодо їх впровадження й місця у рейтингу Global Fortune 500 (коефіцієнт кореляції r)*

R	Компанія	Всього цілей	Всього проектів
Місце компанії у рейтингу Global Fortune 500	Archer Daniels Midland	0,906201017	0,912498262
	Louis Dreyfus Group	0,639055342	0,597955272
	JBS	0,535652984	-0,850490646
	Wilmar international	-0,82452977	-0,684134726
	Tyson Foods	-0,733016518	-0,595161253

*) Розробка автора.

Згідно розрахованого коефіцієнта кореляції, такі ТНК як Archer Daniels Midland та Louis Dreyfus Group схильні розширювати поле своєї діяльності щодо кількості цілей і проектів їх впровадження, JBS збільшує свою

активність щодо охоплення ЦСР, соціальна активність інших компаній не розширюється залежно від росту їх доходу. Така ситуація пов'язана з різними підходами компаній щодо впровадження ЦСР у свою діяльність. Ймовірно, ті компанії, у яких була виявлена обернена залежність досліджуваних показників, концентрують ресурси на досягненні максимального соціального ефекту від реалізації окремих, конкретних проектів. Це припущення необхідно врахувати при дослідженні ефективності витрат на соціальні проекти [32].

На підставі даних про ступінь реалізації ЦСР в межах бізнес-стратегій та кількості реалізованих проектів за 5 років проведено порівняльний аналіз та рейтингування представлених компаній (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Рейтингування компаній щодо рівня впровадження ЦСР, 2014-2018 рр.

Компанія	Archer Daniels Midland	Louis Dreyfus Group	JBS	Wilmar interna- tional	Tyson Foods
1	2	3	4	5	6
Середня кількість цілей сталого розвитку, що входять в основу КСВ-стратегії компанії за 2014-2018 рр.	9	10	7	7	8

Продовження таблиці 2.5

1	2	3	4	5	6
Середня кількість проектів в межах впровадження ЦСР за 2014-2018 рр.	14	13	16	12	18
Місце компанії у рейтингу щодо охоплення ЦСР у корпоративних стратегіях	2	1	4	5	3
Місце у рейтингу щодо реалізації максимальної кількості проектів в рамках ЦСР	3	4	2	5	1

*) Складено на основі: [61–64; 67].

Як бачимо, деякі компанії роблять акцент на збільшенні кількості впроваджених цілей, в той час як стратегії інших передбачають концентрацію на сприянні вирішенню суспільних проблем в рамках конкретного переліку цілей. У стратегію Louis Dreyfus Group в середньому входить 10 ЦСР при 13 виконаних проектах, в той час як Tyson foods реалізовує 18 проектів в межах 8

обраних цілей. Доцільним буде зауважити який підхід є більш результативним щодо впливу на фінансовий стан компанії. Також, доцільним є аналіз не тільки кількості, а й якості та міри впровадження ЦСР у стратегії підприємств і співставлення активності компаній.

З огляду на зазначені вище взаємозв'язки між спеціалізацією компаній і ЦСР, які вони впроваджують у бізнес-моделі шляхом розробки й реалізації визначеного переліку проектів, складемо структурно-логічну схему впровадження ЦСР компанією (Додаток И), що пов'язує спеціалізацію компаній, актуальні для їх бізнес-стратегій ЦСР, реалізовані проекти та отримані результати.

Для аналізу особливостей аграрних ТНК з огляду досягнення ЦСР, проведемо аналіз структури соціальних інвестицій обраних компаній (рис.2.5, рис. 2.6). Згідно наведених даних можемо сказати, що для обох підприємств (JBS і Tyson Foods) характерним є нерівномірний розподіл ресурсів між соціальними проектами та наявність декількох пріоритетних напрямів спрямування таких соціальних інвестицій [32].



Рис. 2.5. Напрями соціальних інвестицій JBS за 2018 р., % [62]



Рис. 2.6. Структура витрат на благодійну діяльність Tyson Foods за 2018 р., % [63]

45% соціальних інвестицій компанії JBS спрямовується на безпеку та якість харчових продуктів, що відповідає ЦСР № 3 – підтримання хорошого здоров'я. Також значна частка коштів направляється на проекти з енергетичної ефективності й забезпечення добробуту тварин, які сприяють впровадженню ЦСР № 12 – відповідальне споживання, і № 15 – забезпечення життя на землі, у КСВ-стратегію компанії. Tyson Foods акцентує увагу на впровадженні ЦСР № 2 – вирішення проблеми голоду (59 % благодійних внесків), № 11 – розвиток міст і спільнот (27%), № 8 – достойні робочі місця (8%) [32].

Провідні аграрні ТНК світу зосереджують свою увагу на впровадженні ЦСР не тільки на глобальному, а й на місцевих рівнях. Тому, компанії роблять внесок у забезпечення сталого розвитку національних економік, в яких представлені їх підрозділи, в тому числі й України. Серед ТНК, обраних для дослідження представництва в Україні мають Archer Daniels Midland [69], Louis Dreyfus Group [70], Wilmar International [71]. Визначимо їх роль у впровадженні ЦСР у національну економіку.

Всього виокремлено 7 ЦСР, що впроваджується обраними аграрними ТНК в межах соціально відповідальних стратегій підрозділів в Україні, а саме:

№ 2 – вирішення проблеми голоду; № 3 – підтримання хорошого здоров'я; № 4 – якісна освіта; №8 – створення безпечного робочого середовища і робочих місць; №9 –інновації й інфраструктура; № 12 – відповідальне споживання; № 15 – забезпечення життя на землі [32]. Підходи регіональних підрозділів компаній щодо впровадження зазначених ЦСР зазначено у додатку К.

Компанією ТОВ «Дельта Вілмар Україна» введено мінімальні заходи щодо впровадження ЦСР у діяльність бізнесу, інші ж 2 підрозділи виконують соціальні проекти, реалізуючи основні підходи КСВ ТНК. Компанія АДМ Україна проводить заходів із впровадження ЦСР у містах, де вона представлена (як правило, у м. Чорноморськ). Також варто зазначити, що представництва аграрних ТНК в Україні своїм прикладом заохочують національні аграрні компанії до впровадження ЦСР у їх діяльність, сприяючи стійкому розвитку українського АПК [73].

2.3. Оцінювання впливу імплементованих ЦСР на фінансовий стан аграрних ТНК

Впровадження ЦСР позитивно впливає не тільки на суспільство, а й на саму компанію, це пояснюється підвищенням довіри інвесторів, споживачів, підрядників. Тому доцільно провести аналіз впливу соціально відповідальної діяльності компаній на їх капіталізацію.

Проведемо оцінку взаємозв'язку залученості компаній у впровадження ЦСР в рамках КСВ-стратегії (приєднання до Глобального Договору ООН (ГД ООН), звітування) з ринковими цінами на їх акції. Таке дослідження дозволить оцінити міру впливу діяльності компаній у сфері соціальної відповідальності на їх фінансовий стан і здатність залучення інвестиційних коштів. Динаміка цін акцій компаній до й після впровадження політики КСВ наведена на рис. 2.7-2.10:

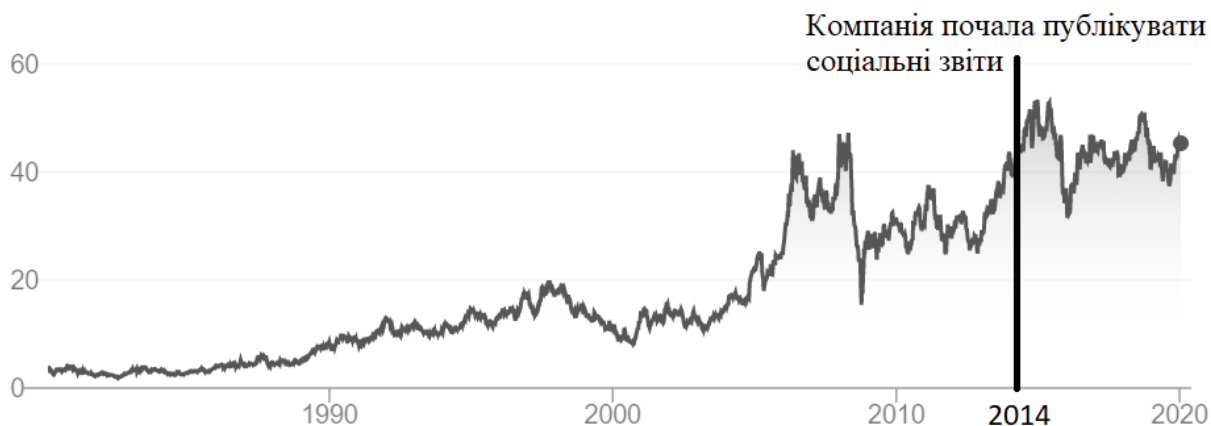


Рис. 2.7. Ціна акцій компанії Archer Daniels Midland в динаміці, USD

*) Складено на основі: [61; 74].

У компанії ADM було виявлено залученість до діяльності у сфері соціальної відповідальності відносно пізно. Компанія почала впроваджувати Цілі сталого розвитку й формувати стратегію КСВ у 2014 році, тоді спостерігалось відчутне зростання цін акцій компанії, що позитивно вплинуло на її ресурсну забезпеченість в період початку впровадження ЦСР. Подальші тенденції коливань ціни акцій характеризуються значним спадом і поступовим зростанням.



Рис. 2.8. Ціна акцій компанії JBS в динаміці, BRL

*) Складено на основі: [62; 75].

Компанія JBS почала впроваджувати принципи соціальної відповідальності у 2012 році, також на стадії плавного зростання ціни акцій.

Як бачимо з рис. 2.8, надалі спостерігається значне збільшення обсягу капіталізації компанії в період з 2013 по 2016 рік, а також з 2018 року. Тому, впровадження КСВ було одним із факторів, що сприяли майбутньому розвитку компанії.



Рис. 2.9. Ціна акцій компанії Wilmar International в динаміці, SGD

*) Складено на основі: [59; 76].

Що стосується компанії Wilmar International, то тут ситуація є неоднозначною. Компанія приєдналася до ініціативи Глобального договору ООН і впровадила КСВ також в умовах росту її капіталізації, однак в зазначений період відбулася світова фінансово-економічна криза, що негативно вплинула на фінансовий стан компанії наступних років. Після стабілізації спостерігався ще один період суттєвого зниження цін акцій, однак надалі ситуація стабілізувалася й наразі показники плавно зростають.

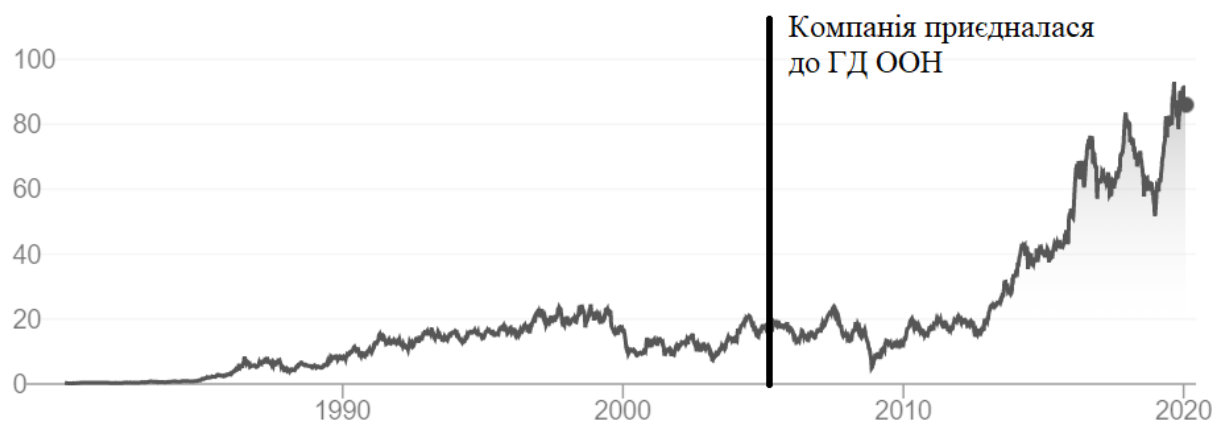


Рис. 2.10. Ціна акцій компанії Tyson Foods в динаміці, USD

*) Складено на основі: [59; 77].

Компанія Tyson Foods приєдналася до ГД ООН і почала розбудову власних підходів соціальної відповідальності у 2005 році. Світова фінансово-економічна криза негативно вплинула на капіталізацію компанії, однак протягом наступних років динаміка цін акцій визначає суттєві тенденції до зростання.

Як бачимо, залученість компанії у соціально відповідальну діяльність не завжди означає підвищення її капіталізації, зокрема тому, що на цей показник впливає ряд інших факторів (обсяг продажів, рівень професійності менеджерів, частка прибутку для виплати дивідендів, рівень інтеграції бізнесу тощо). Також варто звернути увагу не тільки на факт введення ЦСР у діяльність компанії, а й на результативність і якість проектів в рамках стратегії.

Однак, якщо аналізувати довгострокові тенденції, то можна простежити позитивний вплив залученості компаній у КСВ на її капіталізацію. Такий результат прослідковується не одразу, а через певний період, коли стейкхолдери мають змогу оцінити результати соціально відповідальної діяльності компанії. Часовий лаг від старту конкретного проекту до конкретних результатів тим триваліший, чим глобальніший проект за своїми масштабами [32].

Також варто зазначити, що компанії схильні запускати нові ініціативи щодо впровадження ЦСР в період стабільної позитивної тенденції динаміки ціни акцій, що пов'язано з достатньою ресурсною забезпеченістю бізнесу на даному етапі.

Також доцільним є аналіз взаємозв'язку фінансових показників (а саме доходу, прибутку й активів) з мірою ресурсних витрат компанії на реалізацію КСВ. До таких витрат належать: фінансові, часові, натуральні (наприклад, шляхом повного або часткового безоплатного надання продукції, надання в тимчасове користування основних чи оборотних засобів компанії).

Не зважаючи на розроблені стандарти нефінансової звітності (наприклад GRI), компанії самостійно обирають стандарт подачі інформації. Такий підхід призводить до недостатнього рівня відкритості інформації стосовно обсягів ресурсних витрат на конкретні проекти КСВ. Це створює труднощі при оцінюванні ефективності таких витрат.

Основні фінансові показники компаній, а також – обсяг інвестицій в соціальні проекти, оприлюднені досліджуваними компаніями в річних, фінансових і соціальних звітах, зазначені у Додатку Л.

В обраних компаній простежуються різні тенденції щодо коливання доходу, прибутку та активів за 5 років, на які можуть впливати багато факторів, в тому числі й соціальні інвестиції. Зазначимо, що зведених даних стосовно витрат на реалізацію соціальних проектів, компанії не висвітлюють, тому для аналізу беремо ті, що зазначені в фінансових звітах і звітах зі сталого розвитку [32].

Аналіз не враховує ефективність витрат на реалізацію соціальних проектів, адже саме за результатами, а не за ступенем витрат на впровадження ЦСР, формується репутація компанії. Це впливає на поведінку стейкхолдерів, яка позначається на показниках фінансової успішності компаній.

Проаналізуємо вплив рівня фінансування проектів щодо впровадження ЦСР в стратегії компаній на їх фінансові показники на основі кореляційної залежності (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Оцінка рівня взаємозв'язку між соціальними інвестиціями та показниками доходу, активів, прибутку обраних ТНК (коефіцієнт кореляції r)*

R	Компанія	Дохід, млн. дол. США	Прибуток, млн. дол. США	Активи, млн дол. США
---	----------	-------------------------	----------------------------	-------------------------

Соціальні інвестиції, млн дол. США	Archer Daniels Midland	0,01622162	-0,291288351	-0,259389567
	Louis Dreyfus Group	0,723118076	-0,989021771	0,791685605
	JBS	-0,24321779	-0,505573246	0,706906328
	Wilmar International	-0,099515651	0,180099499	0,526344252
	Tyson Foods	0,895762873	0,87284192	0,640040102

*) Складено на основі: [61–64; 95–97].

Як показують розрахунки, у компанії Tyson Foods спостерігається високий позитивний рівень взаємозв'язку між соціальними інвестиціями й основними фінансовими показниками, у Wilmar International та JBS така тенденція простежується тільки з показником активів, Louis Dreyfus Group – доходів і активів. Щодо показників прибутку Louis Dreyfus Group та JBS, позитивного впливу не спостерігається, а навпаки, він є негативним. У Archer Daniels Midland взаємозалежності показників майже немає. Це можна пояснити тим, що компанії з високим позитивним коефіцієнтом кореляції досліджуваних показників почали формувати стратегію соціально відповідального бізнесу раніше (2005 р., 2008 р.), ніж інші (2012 р., 2014 р.).

Компанії, у яких прослідковується тенденція до розширення кількості проектів і ЦСР у своїх стратегіях по мірі збільшення доходів (Archer Daniels Midland, Louis Dreyfus Group) мають різний ступінь взаємовпливу між витратами на соціальні проекти й фінансовими показниками, так само як і ті компанії, у котрих така тенденція не прослідковується (Wilmar International, Tyson Foods). Тому політика компаній щодо коригування стратегій впровадження ЦСР залежно від рівня бізнес-активності, не є гарантом збільшення ефективності зазначених стратегій [32].

Також варто зазначити, що компанії Tyson Foods та JBS, у яких прослідковується взаємозалежність, роблять акцент на збільшенні кількості проектів в процесі впровадження кожної ЦСР у свої стратегії. Ймовірно, такий

підхід є більш результативним щодо вирішення соціальних проблем і більш сприятливим щодо впливу на імідж компаній. Однак, для підтвердження цього припущення необхідно провести аналіз якості й ефективності проектів даних ТНК.

На основі проведених досліджень виявлено взаємозв'язок витрат на КСВ і ступеню фінансової успішності компаній. Варто зазначити, що отримані результати аналізу аграрних ТНК відповідають аналогічним тенденціям інших галузей, що підтверджується дослідженнями науковців. Так, К. Чо і Ч. Янгом було виявлено позитивну залежність між значущістю соціального внеску компаній різних галузей і показником рентабельності активів (ROA) [78], а В. Салахом та М. Саламом було виявлену посилення такої тенденції щодо КСВ великих за розміром компаній [79].

Спостерігається тенденція інтенсифікації діяльності компаній у сфері соціальної відповідальності в умовах покращення фінансових показників. Все це свідчить про високий рівень залежності між ресурсними затратами бізнесу на впровадження ЦСР і КСВ і циклічністю економічного розвитку. Найбільш сприятливою для розвитку соціально відповідального бізнесу є фази пожвавлення економічних циклів, а на фазах спаду слід очікувати призупинення діяльності компаній у даній сфері.

Слід звернути увагу, що в такому разі на інтенсивність впровадження КСВ впливають не тільки відносно очікувані стадії економічного розвитку, а також і важкопрогнозовані рідкісні події, які мають істотне значення на стан економічної системи, так звані «чорні лебеді» [80]. В таких випадках відбувається не тільки послаблення чи призупинення діяльності бізнесу у сфері соціальної відповідальності, а також істотна трансформація, переорієнтація політик КСВ, стратегій сталого розвитку компаній.

Висновки до Розділу 2

Під час проведеного у розділі 2 дослідження було проведено оцінку корпоративних стратегій аграрних компаній щодо впровадження ЦСР.

В рамках аналізу тенденцій участі аграрного бізнесу у впровадженні ЦСР дослідження рівня розкриття показників стандартів GRI у звітах ($K_{SDG\ AVG}$; K_{SDG}) 2018 року показало, що аграрні компанії найбільше звітують щодо досягнення ЦСР №1 (середній показник розкриття за компаніями – 41,7%), №13 (40,6%), №14 (40,5%), №6 (39,4%). Це свідчить, що аграрний бізнес порівняно зі світовими тенденціями інтенсивно впроваджує заходи, що позитивно впливають на сталий розвиток у контексті охорони природи, зміни клімату й санітарії.

В процесі аналізу результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК у контексті впровадження ЦСР проаналізовано широту охоплення компаніями ЦСР шляхом реалізації відповідних проектів і виявлено, що підходи компаній відрізняються. Так, у 2018-му році ADM реалізувала 19 соціальних проектів з метою сприяння досягненню 11-ти ЦСР, а Wilmar International – 14 проектів, 7 ЦСР. При чому, компанії ADM та LDG схильні розширювати напрями реалізації проектів залежно від росту доходу (коефіцієнт кореляції $r > 0,5$). За показниками інших компаній такої тенденції не прослідковується, тому виявлено необхідність аналізу ефективності соціальних інвестицій щодо впровадження ЦСР (поширені напрями – якість харчових продуктів, охорона праці, добробут тварин тощо).

Серед компаній, котрі почали впроваджувати ЦСР у бізнес-стратегії раніше, простежується позитивний вплив між соціальними інвестиціями в рамках КСВ-стратегій й основними фінансовими показниками. Так, у компанії Tyson Foods (з 2005 року залучена у КСВ), коефіцієнт кореляції між соціальними інвестиціями й доходами $r_{TF} = 0,9$, а в компанії Archer Daniels Midland (2014 р.) $r_{ADM} = 0,02$, Louis Dreyfus Group (2010 р.) $r_{LDG} = 0,72$. Компанії схильні ініціювати імплементацію ЦСР у період фаз пожвавлення економічних циклів, однак забезпечення довгостроковості за цим напрямом підвищує ефективність впроваджених заходів у сфері соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

3.1. Напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку аграрного бізнесу

Наразі спостерігається посилення суспільної уваги до соціальних і екологічних проблем, що зумовлює трансформацію принципів функціонування будь-яких суб'єктів господарювання, включно з організаціями бізнес-сектору. Цілі сталого розвитку, прийняті й затверджені ООН, посилюють процеси інтеграції соціальної відповідальності в стратегії управління бізнесом. Як було зазначено в підрозділі 1.2, найбільш поширеним інструментом впровадження ЦСР у бізнесові стратегії є корпоративна соціальна відповідальність, що має на меті досягнення позитивного впливу компанії на суспільство.

Забезпечення досягнення ЦСР на засадах КСВ набуває все більшого поширення, особливо серед ТНК, що пов'язано з можливістю залучення достатньої кількості ресурсів, потужною ресурсною базою самої компанії і широкою сферою впливу ТНК. Як було визначено у підрозділі 2.1, особливості діяльності аграрних ТНК у сфері впровадження ЦСР полягають у їх впливовості щодо досягнення цілей у сфері охорони природних ресурсів, навколишнього середовища, забезпечення гідних санітарних умов. Таким чином, на аграрні ТНК покладено додаткову відповідальність не тільки щодо забезпечення добробуту працівників, сприяння економічному зростанню, взаємодії з місцевими громадами тощо, а також щодо використання ресурсної бази й охорони навколишнього середовища.

Увага до діяльності аграрних компаній посилена також з боку споживачів і постачальників. Все це зумовило активізацію участі аграрного бізнесу щодо впровадження ЦСР.

Необхідність формування стратегії сталого розвитку аграрних компаній зумовлюють положення, досліджені й виявлені у 1 і 2 розділах дипломної роботи:

1. Наразі існує чимало шляхів, механізмів і форм впровадження принципів сталого розвитку у діяльність бізнесу, однак сукупність і методи їх використання для кожної компанії унікальні. Це залежить від специфіки й особливостей діяльності самої організації. Тому питання, що формують стратегію сталого розвитку компаній, такі як постановка цілей, принципів управління, затвердження політик тощо постають перед кожною компанією, що впроваджує ЦСР у свою діяльність.

2. У підрозділі 2.1 шляхом аналізу розкриття міжнародних стандартів компаніями було визначено, що саме ті підприємства, що роблять акцент на впровадженні декількох ЦСР не ігноруючи інші, менш пріоритетні цілі, мають більший вплив на їх досягнення. Така позиція вимагає довгострокового планування, яке визначатиме способи досягнення визначеної мети, тобто формування стратегії сталого розвитку.

3. Дослідження, проведене у підрозділі 2.3 показало, що саме ті компанії, що впроваджують принципи соціальної відповідальності протягом тривалого періоду часу, мають прямий взаємозв'язок між інвестиціями у соціальні проекти і ціною акцій, що підтверджує ефективність стратегій сталого розвитку аграрних компаній щодо впливу на рівень задоволеності стейкхолдерів.

Дослідження показують, що успішне впровадження ЦСР у стратегії управління дає реальні переваги компаніям. Зазначимо основні переваги успішного впровадження й стратегій сталого розвитку:

1. Покращення іміджу бренду, зниження рівня репутаційних ризиків – передумовами досягнення такого результату є чітко налагоджена інформаційна кампанія, регулярне звітування й довгострокове планування.

2. Підвищення продуктивності та зниження витрат – досягається за рахунок підвищення лояльності клієнтів, працівників компаній, економії завдяки раціональному управлінню ресурсами й сталому виробництву.

3. Підвищення здатності бізнесу дотримуватися вимог законодавства, досягати відповідності національним, міжнародним стандартам і критеріям підрядників – корпоративні практики, засновані на ЦСР, більш легко адаптуються до посилень нормативних вимог і вимог якості. Наприклад, фінська корпорація харчової промисловості Fazer Group прагне, щоб походження какао, яке закуповує у постачальників, відповідало критеріям відповідальності корпорації "Cocoa Vision". Fazer регулярно збільшує кількість придбаної сировини за зазначеними критеріями і підтримує виробництво какао, що відповідає вимогам сертифікації [81].

4. Залучення працівників і інвесторів – якісно сформована стратегія сталого розвитку сприяє успішному виходу компаній на фондовий ринок (успішним кейсом є первинне розміщення акцій національної компанії ТОВ Фірма «Астарта-Київ» за Європейськими вимогами на Варшавській фондовій біржі у 2006 році [82]), залученню й утриманню компетентного лояльного персоналу.

5. Скорочення відходів – впровадження ЦСР вимагає імплементації принципів бережливого виробництва, що суттєво зменшує кількість відходів усіх рівнів небезпеки.

6. Підвищення рівня задоволеності стейкхолдерів – стратегії сталого розвитку, основою яких є орієнтація на суттєві теми, визначені шляхом опитування стейкхолдерів, сприяють підвищенню рівня задоволеності всіх груп стейкхолдерів, що позитивно впливає як на саму компанію, так і на суспільство. Успішним кейсом у даному напрямі є проект аграрної ТНК Cargill "Nutritional India" в рамках впровадження ЦСР №3, який передбачав збагачення необхідними вітамінами А, В, D та Е харчових масел на ринку Індії. Ініціатива охопила 25 мільйонів клієнтів. Таким чином компанія Cargill

не лише отримала конкурентну перевагу, але й зробила значний внесок у боротьбу з недоїданням [81].

Проведене у розділах 1 і 2 дослідження показало, що саме ті компанії, які комунікують власну стратегію сталого розвитку за допомогою використання міжнародних форм звітності протягом тривалого періоду часу, акцентуючи увагу на конкретних аспектах сталого розвитку, є успішними як щодо впливу на ЦСР, так і на фінансовий стан самих компаній (стратегії Wilmar International, Louis Dreyfus Group, МХП).

Формування ефективної стратегії сталого розвитку значною мірою залежить від ресурсної бази. До ресурсів компанії, які залучаються в процесі підготовки й впровадження таких стратегій належать:

1. Трудові ресурси – до складання й реалізації стратегії сталого розвитку долучається не тільки відділ та/або комітет з корпоративної соціальної відповідальності, а й усі працівники компанії, оскільки зазначена стратегія імплементується в принципи всіх рівнів діяльності компанії. Саме від рівня компетентності, лояльності й інших особистісних характеристик персоналу залежить успішність такої стратегії.

2. Фінансові ресурси – формування стратегії сталого розвитку передбачає також планування витрат на її реалізацію, що включають соціальні інвестиції, благодійні внески, організацію заходів, інвестиції у впровадження принципів ощадливого виробництва, залучення консультантів, компетентних працівників, навчання персоналу, інформаційну кампанію тощо. Тому щорічний обсяг витрат компанії на впровадження стратегії сталого розвитку має бути узгоджений з фінансовим відділом компанії на весь період реалізації такої стратегії.

3. Матеріальні ресурси – стан і наявність основних засобів і оборотних активів також має бути враховано при формуванні стратегії сталого розвитку, оскільки потужна ресурсна база (наприклад, транспортні засоби, склади, приміщення) може бути використана для досягнення цілей в рамках стратегії, також матеріальні ресурси мають значення при реалізації непланових заходів

компаній у сфері соціальної відповідальності, що пов'язані з виникненням стихійних лих, катастроф, інших важкопрогнозованих рідкісних ситуацій. Одним із прикладів такої ситуації є пропозиція компанії «Нібулон» використовувати апарати призначені для перевірки ГМО для проведення тестувань на наявність COVID-19 [83].

4. Нематеріальні ресурси – патенти, інформаційні системи, комп'ютерні програми, ліцензії й сертифікати компаній, що сприяю моніторингу й реалізації стратегії сталого розвитку компанії.

5. Інформаційні ресурси – внутрішня й зовнішня інформація, що допомагає на всіх етапах реалізації стратегії, від її складання до звітування.

Також при формуванні стратегії сталого розвитку аграрних компаній варто звернути увагу на середовище функціонування таких компаній, що відображає взаємодію структурних одиниць на всіх рівнях виробничого ланцюга. В результаті проведеного в підрозділі 2.2 аналізу проектів аграрних компаній що відповідають впровадженню кожної ЦСР визначимо перелік ЦСР, що впроваджуються на рівні кожного елемента виробничого ланцюга і середовища його перебування (рис. 3.1).

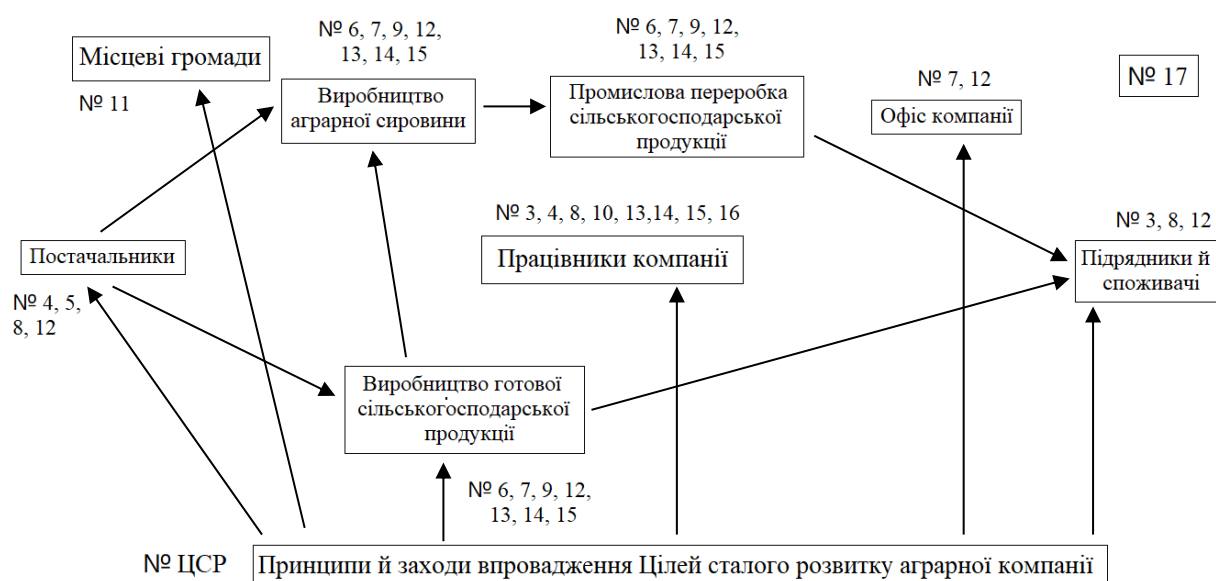


Рис. 3.1. Середовище діяльності аграрної компанії в умовах впровадження ЦСР

*) Розробка автора.

Як бачимо, традиційне середовище діяльності аграрних компаній передбачає їх суттєвий вплив на навколишнє середовище і співпрацю з широким колом зацікавлених сторін. Це зумовлює можливість інтеграції всього переліку Цілей сталого розвитку в бізнес-стратегію аграрних компаній на різних рівнях їх діяльності.

Підсумувавши наведену вище інформацію, визначимо напрями формування ефективних стратегій сталого розвитку аграрного бізнесу:

- а) наявність потужної ресурсної бази і плану залучення ресурсів;
- б) передумови, викликані станом економічного середовища;
- в) врахування особливостей галузевого середовища й інтересів стейкхолдерів;
- г) наявність конкретної спеціалізації компанії на досягненні ЦСР, що відповідають специфіці її діяльності;
- д) підбір механізмів впровадження ЦСР;
- е) довгостроковість цілей, політик і принципів діяльності;
- ж) використання переваг форми співпраці;
- з) відповідність зовнішнім та/або внутрішнім стандартам;
- и) успішність налагодження інформаційної кампанії.

Інтегруємо зазначені напрями в схему підвищення ефективності стратегій сталого розвитку аграрного бізнесу (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Стратегія підвищення ефективності впровадження ЦСР в принципи управління бізнесом

*) Розробка автора.

Як видно з рис. 3.2, основними умовами розробки й удосконалення ефективної стратегії впровадження ЦСР компанією є довгострокове планування, ресурсне забезпечення й налагоджена комунікація, а також реалізація заходів у постійній взаємодії зі стейкхолдерами.

У підрозділі 2.3 було виявлено взаємозалежність між циклічністю економічного розвитку і обсягом витрат компаній на соціальні заходи. Також було визначено істотний вплив потрясінь економічних систем на діяльність компаній у сфері сталого розвитку. Тому, доцільним є аналіз впливу пандемії COVID-19 на діяльність аграрних соціально відповідальних компаній.

Як видно з рис. 3.3, економічна криза через коронавірус має суттєвий негативний вплив на показники капіталізації обраних для дослідження аграрних ТНК.

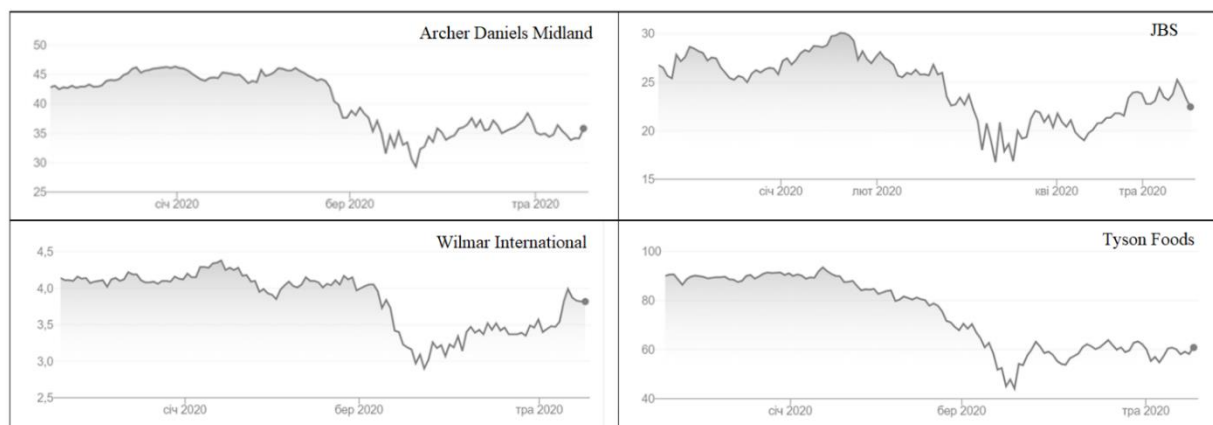


Рис. 3.3. Динаміка цін акцій аграрних ТНК протягом 6 місяців
(листопад 2019 – травень 2020)

*) Складено на основі: [74–77].

Наразі неможливо передбачити значення остаточного падіння ринків, однак доцільним буде звернути увагу на динаміку фондових індексів. За умов розвитку фондового ринку, зазначених Н. Громсеном і Р. Койєном [84], перші 2-3 роки розвитку пандемії спостерігатиметься падіння рівня капіталізації на 40-50%, такі тенденції можемо побачити на рис. 3.3. На 2-3 рік ринки акцій почнуть стабільно зростати. Спрогнозуємо поведінку аграрних ТНК в зазначених умовах з огляду на проведені дослідження.

Незважаючи на посилення ролі аграрних ТНК в період світової пандемії через їх здатність забезпечення значної кількості населення продовольчою продукцією, економічна криза негативно впливає на фінансовий стан компаній. Це пов'язано зі спадом активності інвесторів і платоспроможності споживачів, зниженням обсягів експорту й впливом стану підрядників на стан аграрних ТНК. Також деякі заводи аграрних ТНК стали осередком розвитку вірусної хвороби, що зумовило призупинення процесу виробництва і зниження доходності. Така ситуація склалася на заводах з виробництва свинини компаній JBS та Tyson Foods [85].

Тому, на основі виявленої в підрозділі 2.3 тенденції можемо зробити висновки стосовно суттєвого призупинення активності аграрних ТНК щодо впровадження ЦСР. Однак ситуація, що склалася, не є повністю результатом

циклічності економіки. В таких умовах кардинально змінюється середовище функціонування компаній, що впливає на пріоритети їх діяльності стосовно впровадження ЦСР.

Так, компанія ADM шукає й інвестує в спільні соціальні проекти, які направлені на допомогу тим, хто постраждав від наслідків економічної кризи, викликаною пандемією. Також ADM інвестує в заходи безпеки співробітників [86]. Компанія JBS інвестує в розбудову інфраструктури, що допоможе оперативного забезпечувати населення продовольчою продукцією [87]. Соціальна допомога Tyson Foods направлена на вирішення питання голоду й покращення добробуту громад [88].

Через погіршення показників фінансового стану компаній бюджет на реалізацію стратегії сталого розвитку компаній суттєво знижуватиметься. Політика скорочення витрат зумовить призупинення реалізації значної частини запланованих проектів, направлених на ЦСР в 2020-2021 році. В період стабілізації економіки й покращення фінансових показників очікується поживлення діяльності компаній у даній сфері. Незважаючи на скорочення бюджету на КСВ, значна частина фінансових ресурсів компаній, включно з бюджетом на PR, направляється на вирішення проблем, що пов'язані з пандемією.

Таким чином відбувається трансформація ЦСР, які впроваджують компанії. Акцент робиться на досягнення таких ЦСР: №1 – подолання бідності; №2 – вирішення проблеми голоду; №3 – підтримка хорошого здоров'я; №8 – достойні робочі місця та економічне зростання; № 11 – сталий розвиток міст і спільнот.

Очікується, що тенденції такої трансформації будуть прослідковуватися не тільки в період спаду фінансових показників через пандемію. В період стабілізації і надалі в майбутньому зазначені ЦСР інтегруються в стратегії сталого розвитку аграрних компаній.

3.2. Підвищення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК

У ході проведеного в розділі 2 дипломної роботи дослідження було виокремлено ряд факторів, які негативно впливають на ефективність імплементації ЦСР в корпоративні стратегії аграрних ТНК, до них належать: відсутність довгострокових цілей і плану компаній щодо досягнення значних результатів у сфері сталого розвитку; неефективне використання грошових й інших ресурсів, направлених на впровадження ЦСР; невизначеність критеріїв щодо констатації факту впровадження кожної окремої цілі в стратегію компанії; відсутність структурованої зведеної форми звітування компаній, включно з представниками аграрного бізнесу, щодо імплементації ЦСР; невідповідність викладеного у звітах матеріалу щодо впровадження ЦСР і рівня розкриття показників стандарту нефінансової звітності GRI, які відповідають ЦСР.

Зазначені проблеми стосуються як ефективності впровадження ЦСР щодо впливу на суспільство, так і на фінансовий стан та репутацію компаній. Ці аспекти є взаємопов'язаними у довгостроковій перспективі, адже саме за результатами впливу діяльності компаній на суспільство формується репутація компанії, яка впливає на поведінку існуючих і потенційних інвесторів. Істотні проблеми визначено на етапі звітування, оскільки саме комунікація результатів діяльності у даній сфері визначає ефективність впровадження ЦСР щодо впливу на репутацію.

Через значну кількість підходів, стандартів і механізмів впровадження ЦСР, а також різні методи звітування (відсутність єдиної зведеної структури звітів, направлених саме на ЦСР), оцінити реальну ефективність діяльності аграрних компаній у сфері сталого розвитку можливо тільки через певний проміжок часу, тобто тоді, коли стає очевидною результативність впроваджених заходів. Зважаючи на те, що компанії часто вносять зміни у підходи до звітування й комунікації щодо впровадження ЦСР, а також

трапляються паузи в їх діяльності у даному напрямі, процес відслідковування рівня впливу значної вибірки компаній у сфері сталого розвитку вимагає значних витрат часу, а збір структурованого масиву даних і проведення порівняльного аналізу компаній по окремій країні чи галузі є практично неможливим.

Зазначені проблеми вимагають удосконалення підходів компаній кожного галузевого спрямування щодо планування, впровадження й звітування результатів своєї діяльності у сфері сталого розвитку. Також необхідною є участь міжнародних організацій, ініціатив у сфері сталого розвитку для розробки прозорого механізму звітування компаній щодо конкретних досягнень стосовно ЦСР. Наразі подібними є підхід ГД ООН, що передбачає опитування компаній щодо констатації факту впровадження кожної із цілей, а також позитивного впливу компанії і її продукції на впровадження окремих ЦСР [59]. Однак, самої констатації факту недостатньо. Глобальна ініціатива зі звітності (GRI) зі своєї сторони надає таблицю відповідності окремих стандартів Цілям сталого розвитку [30], однак такий підхід звітування є неструктурованим і вимагає додаткового аналізу з боку зацікавлених сторін, так як більшість компаній у звітах не співставляють положення стандартів з окремими ЦСР.

Що стосується стандартів GRI, то тут прослідковується невідповідність рівномірності викладеного у звіті матеріалу щодо проектів, направлених на реалізацію конкретних ЦСР і ступеню розкриття стандартів, що належать до таких ЦСР. Серед досліджуваних компаній така тенденція була виявлена у чотирьох з п'яти обраних для дослідження аграрних ТНК (Archer Daniels Midland, JBS, Wilmar International, Tyson Foods). Це свідчить як про нерівномірність висвітлення інформації у звітах компаній, так і про недосконалість переліку стандартів щодо відповідності показників окремим ЦСР. Така недосконалість зумовлена неповнотою висвітлення показниками стандарту діяльності компаній у сфері ЦСР.

Визначимо візію щодо удосконалення ефективності впровадження ЦСР у корпоративні стратегії аграрних ТНК (Додаток М).

На основі наведеної таблиці можемо підсумувати, що на вирішення основних проблем, які знижують ефективність впровадження ЦСР аграрними компаніями значною мірою можуть впливати як самі компанії, так і міжнародні організації, уряди країн.

Зі сторони компаній нами було визначено необхідність довгострокового планування, визначення конкретних масштабних цілей щодо впровадження ЦСР. Що стосується комунікації отриманих результатів, то вона більшою мірою досягається завдяки звітності зі сталого розвитку. Так як стандарти структурованого розкриття прогресу щодо впровадження ЦСР відсутні, ми пропонуємо компаніям визначити власну методику його комунікації (наприклад, створення окремої сторінки на офіційному сайті та/або формування відповідного розділу в кожному річному звіті зі сталого розвитку, що інформує зацікавлених сторін щодо конкретних результатів і прогресу впровадження ЦСР).

Введення системи оцінки ефективності діяльності компанії у сфері соціальної відповідальності зумовлене іміджевими, фінансовими, соціальними, екологічними факторами впливу. Оцінка ефективності впровадження ЦСР компаніями проводиться задля досягнення таких цілей:

- а) підвищення ефективності стратегії сталого розвитку щодо впливу на суспільство і саму компанію;
- б) виявлення проблем і перспектив покращень діяльності компанії в даній сфері;
- в) покращення інформаційної компанії завдяки наявності обґрунтованих показників.

Визначимо основні принципи імплементації сталого розвитку компанії. До них належать: прозорість, направленість на вирішення соціальних проблем, орієнтованість на інтереси зацікавлених сторін, відповідність галузевій спеціалізації, зниження репутаційних і фінансових ризиків.

Наразі існує багато підходів до оцінки ефективності впровадження ЦСР. Що стосується методичних підходів оцінки впливу на фінансовий стан компаній, то вони направлені на оцінку взаємозв'язку витрат на КСВ і фінансових показників, їх рентабельності (доходний метод). Однак зазначені підходи не включають оцінку такого впливу залежно від часового проміжку з моменту введення КСВ. Як було виявлено в підрозділі 2.3, у тих компаній, котрі почали впроваджувати стратегію сталого розвитку раніше, результати доходного методу оцінки показують більший рівень впливу КСВ на фінансові результати компаній. Тому недоцільним є порівняння отриманих показників компаній, котрі почали вести діяльність у сфері сталого розвитку в різні проміжки часу.

Шкалу розподілу компаній за значимістю кореляційно-регресійного аналізу за доходним методом оцінки ефективності КСВ з огляду періоду існування стратегії сталого розвитку компанії наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Шкала значимості оцінки ефективності КСВ за доходним методом

Категорія	Період з початку введення КСВ	Рівень значимості результату оцінки
1 група порівняння	3-5 років	Низький
2 група порівняння	5-10 років	Середній
3 група порівняння	Більше 10 років	Високий

*) Розробка автора.

Як бачимо з наведеної таблиці, доцільність використання доходного методу також залежить від періоду існування стратегії КСВ. Це зумовлено тим, що тільки через певний проміжок часу формується репутаційний вплив діяльності компаній у сфері сталого розвитку, що з часом зумовлює активізацію інвесторів, споживачів і підрядників. Також інвестиції у впровадження технологій сталого управління ресурсами в рамках стратегії сталого розвитку позитивно впливають на фінансовий стан компаній у довгостроковій перспективі завдяки оптимізації витрат.

Саме тому порівняння ефективності впровадження ЦСР у бізнес-стратегії в рамках корпоративної соціальної відповідальності на основі кореляційно-регресійного аналізу доцільне тільки за умови відносно одночасного часового проміжку з початку введення КСВ компаній у вибірці.

Також зазначимо необхідність врахування при оцінці ефективності діяльності у сфері КСВ за доходним методом не тільки грошових витрат (соціальних інвестицій), а й інших ресурсів компаній, витрачених на реалізацію заходів у даній сфері і переведених у грошову форму. Перелік таких ресурсів зазначено у підрозділі 3.1.

На нашу думку, необхідним є також удосконалення оцінки прозорості діяльності соціально відповідальних компаній щодо впровадження ЦСР. Існуючі методичні підходи, що полягають в розрахунку індексу прозорості, передбачають моніторинг рівня висвітлення інформації компаніями за зовнішніми критеріями відповідності.

Однак, узагальненої системи показників, необхідних для висвітлення у сфері сталого розвитку не існує, і кожна компанія самостійно визначає власну стратегію сталого розвитку з переліком необхідних результатів її впровадження, на основі яких складаються зазначені показники. Перелік показників може базуватися також на стандартах Глобальної ініціативи зі звітності (відповідні коефіцієнти прозорості розкриття показників щодо впровадження ЦСР досліджуваних компаній розраховано у підрозділі 2.1), принципах ГД ООН й інших міжнародних стандартах.

Формули розрахунку відповідності внутрішнім стандартам прозорості розкриття інформації щодо впровадження ЦСР компаніями будуть аналогічними формулам, наведеним у підрозділі 2.1 стосовно розкриття показників щодо ЦСР за стандартами GRI. Також на основі наведеної системи оцінки дисперсії отриманих коефіцієнтів компанії матимуть змогу оцінити рівень власної спеціалізації на окремі ЦСР, що допоможе при подальшому плануванні діяльності у даній сфері.

Висновки до Розділу 3

У ході роботи над розділом 3 було виявлено тенденції й надано рекомендації аграрним компаніям щодо розвитку бізнесу в умовах сталого розвитку.

Під час формування стратегії підвищення ефективності впровадження сталого розвитку в принципи управління бізнесом було встановлено напрями, що впливають на ефективність таких стратегій. До них належать ресурсна база, внутрішні й зовнішні стандарти діяльності компанії, галузева спеціалізація, можливості встановлення й досягнення довгострокових цілей, зовнішнє економічне середовище діяльності аграрних компаній. Сформована стратегія підвищення ефективності впровадження ЦСР в принципи управління бізнесом передбачає такі етапи: аналіз передумов, планування, реалізація, комунікація.

У результаті виявлення проблем у сфері сталого розвитку аграрних компаній і шляхів їх вирішення зазначимо такі рекомендації керівництву компаній: встановлення довгострокового плану реалізації стратегії сталого розвитку, створення й підтримка функціонування відділу або комітету з питань соціальної відповідальності, регулярний перегляд і затвердження бюджету, що спрямовується на впровадження ЦСР, налагодження дієвої інформаційної кампанії. Також, міжнародним організаціям варто звернути увагу на створення окремої графі в стандартах з конкретними показниками для кожної із галузей щодо результатів введення ЦСР.

Удосконалений у ході розробки рекомендацій щодо оцінки ефективності впровадження ЦСР доходний методичний підхід передбачає сегментування вибірки компаній залежно від періоду введення ЦСР. Сегментування передбачає розподіл компаній за категоріями (1, 2, 3 групи порівняння), які відповідають рівням значимості результату оцінки (низький, середній, високий). Такий підхід забезпечує доцільність порівняння ефективності впровадження ЦСР у бізнес-стратегії тих компаній, які відносно одночасно почали діяльність у даній сфері.

ВИСНОВКИ

Запропоновані у ході виконання дипломної роботи шляхи удосконалення методів оцінки і підвищення ефективності впровадження ЦСР в бізнес-стратегії аграрних ТНК є актуальними в умовах активізації діяльності аграрного бізнесу у сфері соціальної відповідальності. Посилення уваги аграрних компаній до проблем сталого розвитку зумовлюється зростанням стурбованості стейкхолдерів до екологічних і соціальних викликів, зумовлених специфікою галузі.

На підставі аналізу механізмів впровадження ЦСР у діяльність компаній варто зазначити, що кожна компанія формує власний унікальний механізм, орієнтуючись на рекомендації науковців і міжнародних організацій. Розроблений механізм імплементації ЦСР у бізнес-стратегії на перетині інституційного та бізнес-середовища забезпечує вибір й впровадження ЦСР на основі форм взаємодії з зацікавленими сторонами й ефективного використання наявних важелів впливу.

На основі розкриття характеристик КСВ як основного інструменту сталого розвитку визначено тенденції орієнтації практик КСВ на задоволення потреб стейкхолдерів і вирішення задач, безпосередньо пов'язаних зі сферою діяльності компанії. Це дало можливість визначити такі напрямки відповідальності компаній, що впроваджують КСВ: охорона природи і ресурсозбереження, етика бізнесу, розвиток місцевих громад, забезпечення продуктивної зайнятості тощо.

В процесі дослідження методичних підходів до оцінювання ефективності впровадження ЦСР було удосконалено дохідний методичний підхід з урахуванням досвіду впровадження ЦСР. Такий підхід передбачає порівняння отриманих результатів оцінки за компаніями, які впроваджують стратегію сталого розвитку протягом різного періоду часу, що дає можливість виявити ступінь значимості введення довгострокових стратегій компаніями.

За результатами оцінки рівня прозорості розкриття інформації щодо введення ЦСР згідно показників стандарту GRI зроблено висновок, що

компанії, які акцентують увагу на звітуванні щодо окремих ЦСР ($K_{SDG\ AVG} > K_{SDG}$) з відносно рівномірним розкриттям інформації стосовно впровадження інших, мають вищі показники рівня прозорості інформації, що позитивно впливає на репутацію таких компаній (а саме Wilmar International, МХП). Це пояснює необхідність визначення пріоритетних цілей за умови налагодженої комунікаційної кампанії.

Аналіз результативності бізнес-стратегій аграрних ТНК щодо введення ЦСР виявив взаємозв'язки між спеціалізацією компаній і ЦСР, які вони впроваджують у бізнес-моделі шляхом реалізації ряду проектів. Сформована структурно-логічна схема впровадження ЦСР пов'язує спеціалізацію компаній, актуальні для них бізнес-стратегії ЦСР, реалізовані проекти та отримані результати.

У ході оцінки взаємовпливу соціальних інвестицій і фінансових показників компаній встановлено, що діяльність у сфері впровадження ЦСР має позитивний вплив на фінансові показники у більшій мірі тих компаній, що впроваджують ЦСР більше 10-ти років (рівень кореляції між соціальними інвестиціями та доходами й активами переважно високий і коливається в межах від 0,64 до 0,9). Активізація діяльності компаній у сфері сталого розвитку спостерігається в період фаз пожвавлення економічних циклів. Все це зумовлює необхідність довгострокового планування впровадження ЦСР з урахуванням факторів зовнішнього середовища.

Дослідження напрямів формування ефективних стратегій сталого розвитку дало можливість сформулювати стратегію підвищення ефективності впровадження ЦСР в принципи управління бізнесом. Стратегія сприяє введенню таких напрямів покращення діяльності компаній у сфері ЦСР: довгострокове планування, ресурсна забезпеченість, врахування стану економічного середовища й специфіки галузі. Зазначені напрями покращення поступово інтегруються в діяльність компанії на таких етапах стратегії: аналіз передумов, планування, реалізація, комунікація.

В результаті розробки шляхів вирішення виявлених у роботі проблем сформовано рекомендації щодо підвищення ефективності впровадження ЦСР у стратегії аграрних ТНК. Вони включають: встановлення довгострокових цілей, налагодження інформаційної кампанії, перегляд бюджету на впровадження ЦСР компаніями й створення графі в стандартах з конкретними галузевими показниками щодо результатів введення ЦСР міжнародними організаціями. В процесі оцінки ефективності впровадження ЦСР у стратегії компаній доцільним є сегментування вибірки компаній на три групи залежно від періоду введення ЦСР.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк В. П. Цілі сталого розвитку України та роль харчової промисловості у їх досягненні. *Modern Economics*. 2018. № 11. С. 6-12. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4914/1/antoniuk.pdf> (дата звернення: 03.02.2020).
2. Степаненко Б. В. Фінансування "зеленого" бізнесу у контексті забезпечення сталого розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. Київ, 2010. № 12 (114). С. 75-81.
3. Васильчук І.П. Нефінансова звітність як інструмент управління сталим розвитком корпорацій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2015. № 11. С. 212-215.
4. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 152 с.
5. Лебедєв І.В. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті концепції сталого розвитку. *Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні*: зб. матеріалів доп. учасн VIII. Наук.-практ. конф. Львів : ЗУКЦ, 2012. С. 50–52.
6. Лукітіна Т.І. Особливості оцінки рівня соціальної відповідальності аграрного сектора. *Інфраструктура ринку*. 2017. Вип. 14. С. 34-38
7. Jessie Topp-Becker. Jason D. Ellis. The Role of Sustainability Reporting in the Agri-Food Supply Chain. *Journal of Agriculture and Environmental Sciences*. American Research Institute for Policy Development. 2017. Vol 6. pp. 17-29
8. R. Brent Ross. Vivek Pandeyb. Kara L. Ross. Sustainability and Strategy in U.S. Agri-Food Firms: An Assessment of Current Practices. *International Food and Agribusiness Management Review*. Vol. 18(1). 2015. URL: <https://www.ifama.org/resources/Documents/v18i1/Ross-Pandey-Ross.pdf> (date of appeal: 08.05.2020)
9. Охріменко О.О. Гранченко Е.Е. Соціальна відповідальність страхового бізнесу як інструмент міжнародної конкурентоспроможності.

Економіка і суспільство. 2018. Вип. 15. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-15>

10. Баюра Д.О. Соціальні параметри конкурентоспроможності в контексті розвитку механізму КСВ. Економічний часопис-XXI. 2012. № 5-6. С. 32-35.

11. Лепихина Т. Л. Формирование социальной политики фирмы на основе расчета индекса ее социальной ответственности. *Вестник ПНИПУ. Серия: Социально-экономические науки*. 2012. № 13 (37), С. 113 – 128.

12. Helping governments and stakeholders make the SDGs a reality: URL: <https://sustainabledevelopment.un.org> (date of appeal: 22.04.2020)

13. Our Participants. UN Global Compact: URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/> (date of appeal: 22.04.2020)

14. SDG Compass: URL: https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2015/12/019104_SDG_Compass_Guide_2015.pdf (date of appeal: 22.04.2020)

15. Потапова В.П, Охріменко О.О. Стратегії розвитку аграрних підприємств на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Трансформація національної економіки в контексті реалізації євроінтеграційної стратегії: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. 27 грудня 2019 р. Миколаїв: МНУ ім. В.О. Сухомлинського, 2019. – С. 6–9.

16. SDG Action Manager: URL: <https://www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager> (date of appeal: 22.04.2020)

17. Запатріна І. В. Посилення ролі бізнесу в досягненні ЦСР в Україні. Керівництво. Цілі сталого розвитку. Київ, 2018. 69 с.

18. Helen Kopnina. Sustainability: new strategic thinking for business. *Environ Dev Sustain*. 2017. pp. 43

19. Завьялова Е. Б., Старикова Е.А. Современные тенденции участия бизнеса в реализации социально ориентированных Целей устойчивого развития. *Управление: проблемы и перспективы*. №3(48). 2018. с. 107-120

20. Пакулін С. Л., Пакуліна А.А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства Траектория науки. 2016. №3(8). URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50>. Назва з екрана

21. Institutional mechanisms for Sustainable Development Goals coordination in Asia and the Pacific Voluntary National Reviews. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific Sixth Asia-Pacific Forum on Sustainable Development. Bangkok. 2019. URL: https://www.unescap.org/apfsd/6/document/APFSD6_INF3E_0.pdf (date of appeal: 08.05.2020)

22. Transforming food and agriculture to achieve the SDGs. Food and agriculture organization of the United Nations. Rome. 2018. pp. 61-62. URL: <http://www.fao.org/3/I9900EN/i9900en.pdf> (date of appeal: 08.05.2020)

23. Ewa Mazur-Wierzbicka. The Application of Corporate Social Responsibility in European Agriculture. *Miscellanea geographica – regional studies on development*. Vol. 19 (1). 2015. pp. 19-23. URL: https://www.researchgate.net/publication/282274039_The_Application_of_Corporate_Social_Responsibility_in_European_Agriculture

24. Баула О.В. Активізація корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в національній економіці. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. 08.00.03. Київ. 213 с.

25. Охріменко О.О., Потапова В.П. Вплив стратегій корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій. Управління розвитком підприємств в умовах динамічної ринкової кон'юнктури: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 27 грудня 2019 р., м. Київ, К.:ТОВ «ВІПО». 2019. С. 221–224.

26. І.В. Лебедєв. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. *Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика*. 2013. С. 106-113

27. І. М. Клименко. Корпоративна соціальна відповідальність в контексті цілей сталого розвитку. Державне управління: удосконалення та

розвиток. 2018. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1292> (date of appeal: 20.05.2020)

28. Sustainability, sustainable development and social responsibility. ISO definitions and terminology.

29. Старикова Е.А. Значение концепции устойчивого развития в деятельности транснациональных корпораций // *Экономика, предпринимательство и право*. 2017. Том 7. № 2. С. 125-136.

30. Linking the SDGs and GRI. SDG Compass. 2017. URL: https://www.globalreporting.org/Documents/ARCHIVES/resource%20library/SDG_GRI_LInkage.pdf (date of appeal: 03.05.2020)

31. Белоусов К. Ю. Социальная ответственность бизнеса как фактор устойчивого развития : диссертация кандидата экономических наук : 08.00.01, 08.00.05. Санкт-Петербург, 2017. 461 с.

32. Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт зі спеціальності «Економіка сільського господарства та АПК». Оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у корпоративні стратегії аграрних ТНК. URL: <https://www.pdatu.edu.ua/images/news/2019/october/21/4/roboty/stalyibizness.pdf> (дата звернення: 30.05.2020)

33. Кусик Н.Л., Ковалевська А.В. Критичний аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/4714>. (дата звернення: 28.01.2020)

34. Lingane A., Olsen S. Guidelines for social return on investment. *California Management Review*. 2004. № 46 (3). Pp. 116–135.

35. Дерев'яненко Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер. Економіка*. 2017. Вип. 34. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1292> (дата звернення: 30.01.2020)

36. Деліні М. М. Індексний метод в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва: міжнародний та український досвід. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6(1). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2017_6%281%29__12 (дата звернення: 30.01.2020)

37. Global RepTrak 100 Reputation Institute: URL: <https://www.reputationinstitute.com/global-reptrak-100> (date of appeal: 30.01.2020)

38. CSRHUB Sustainability management tools: URL: <https://www.csrhub.com/> (date of appeal: 30.01.2020)

39. Institutional Shareholder Services group of companies: URL: <https://www.issgovernance.com/esg/> (date of appeal: 30.01.2020)

40. Зінченко А., Резнік Н., Саприкіна М. Індекс прозорості сайтів українських компаній – 2017. Київ: Юстон, 2018. 28 с. URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/library/індекс-прозорості-сайтів-українськи/>

41. Рейтинг Sustainable Ukraine: URL: <https://sustainableukraine.com/ua/> (дата звернення: 30.01.2020)

42. Товма Н. А. Рейтинговые показатели КСО: URL: http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/40769.doc.htm

43. GRI sector program. Global Reporting Initiative: URL: <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/gri-sector-program/> (date of appeal: 28.01.2020)

44. Impact measurement needs greater clarity, says German study: URL <https://expertinvestoreurope.com/impact-measurement-requires-more-clarity-says-german-study/> (date of appeal: 22.04.2020)

45. Посібник для досягнення Цілей Сталого Розвитку в сфері бізнесу: URL: <https://www.inrate.com/en/company-profile.htm> (дата звернення: 22.04.2020)

46. Apply responsible investment strategies throughout the investment cycle: URL: <https://www.issgovernance.com/esg/> (date of appeal: 22.04.2020)

47. Benefit from sustainability indices & ranking: URL: <http://vigeo-eiris.com/solutions-for-investors/esg-indices-ranking/> (date of appeal: 22.04.2020)

48. Powering Better Investment Decisions for a Better World: URL: <https://www.msci.com/our-purpose> (date of appeal: 22.04.2020)

49. Sustainalytics is a global leader in ESG and Corporate Governance research and ratings: URL: <https://www.sustainalytics.com/about-us/> (date of appeal: 22.04.2020)

50. Trucost launches Physical Risk Analytics to help assess risks and opportunities from climate change: URL: <https://www.trucost.com/> (date of appeal: 22.04.2020)

51. From measuring to managing impact: URL: <https://www.impact-cubed.com/> (date of appeal: 22.04.2020)

52. Imug. Sustainable excellence: URL: <https://www.imug.de/> (date of appeal: 22.04.2020)

53. Vigeo Eiris' Services: URL: <http://vigeo-eiris.com/> (date of appeal: 22.04.2020)

54. IRIS Catalog of Metrics: URL: <https://iris.thegiin.org/metrics/> (date of appeal: 22.04.2020)

55. Impact Experts: URL: <https://www.sinzer.org/> (date of appeal: 22.04.2020)

56. From Ambition To Action: URL: <https://www.southpole.com/> (date of appeal: 22.04.2020)

57. M.E. Porter, M.R. Kramer. Strategy and society. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. Harvard Business Review. Vol. 84 (12). 2006. p. 78–92

58. 2019 Annual management report. UN Global Compact. New York, 2019. p. 33

59. United Nations Global Compact. Progress Report 2019, New York, 2019. URL: <https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/2019-UNGC-Progress-Report.pdf> (date of appeal: 28.01.2020)

60. Global Reporting Initiative. Sustainability Disclosure Database.
URL: <https://database.globalreporting.org/search/> (date of appeal: 03.05.2020)

61. Archer Daniels Midland Sustainability Downloads:
URL: <https://www.adm.com/sustainability/downloads> (date of appeal: 28.01.2020)

62. JBS Annual and Sustainability reports:
URL: <https://jbs.com.br/en/sustainability/ras/annual-and-sustainability-reports/>
(date of appeal: 28.01.2020)

63. Tyson Foods Sustainability Reports:
URL: <https://www.tysonsustainability.com/downloads> (date of appeal: 28.01.2020)

64. Wilmar International Sustainability Reports: URL: <https://www.wilmar-international.com/sustainability/resource-library> (date of appeal: 28.01.2020)

65. Астарта оприлюднила Звіт зі сталого розвитку 2018. Астарта-Київ агропромхолдинг. URL: <https://astartaholding.com/news/51> (дата звернення: 03.05.2020)

66. Non-Financial Report 2018. MHP Agro&Industrial Holding.
URL: <https://www.mhp.com.ua/library/file/mhp-nfr-2018-eng-6-links.pdf> (date of appeal: 03.05.2020)

67. Louis Dreyfus Group Reports
URL: <https://www.ldc.com/global/en/investors-media/reports-publications/> (date of appeal: 28.01.2020)

68. Global Fortune 500: URL: <https://fortune.com/global500/2018/search/?industry=Food%20Production> (date of appeal: 28.01.2020)

69. Про АДМ Україна. *Archer Daniels Midland*:
URL: <https://www.adm.com/adm-worldwide/europe/ukraine-uk> (дата звернення: 30.01.2020)

70. Компанія Louis Dreyfus в Україні. *Louis Dreyfus Company*:
URL: <https://www.ldc.com/ua/ua/> (дата звернення: 30.01.2020)

71. Місія і цінності. *Delta Wilmar part of Wilmar International*:
URL: <https://www.deltawilmar.com/tsil-tsinnosti/> (дата звернення: 30.01.2020)

72. Louis Dreyfus открываєт бізнес в Україні, покупая 1000 вагонов за \$35 млн от ЕБРР. *Delo.ua*: URL: <https://delo.ua/business/louis-dreyfus-otkryvaet-biznes-v-ukraine-pokupa-357643/> (дата обращения: 30.01.2020)

73. Потапова В.П., Охріменко О.О. Оцінювання ефективності стратегій корпоративної соціальної відповідальності аграрних ТНК. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. № 14. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/193435> (дата звернення: 12.05.2020)

74. Archer-Daniels-Midland Company (ADM) Stock Price: URL: <https://finance.yahoo.com/quote/ADM/> (date of appeal: 29.01.2020)

75. JBS SA (JBSAY) Stock Price: URL: <https://finance.yahoo.com/quote/JBSAY/> (date of appeal: 29.01.2020)

76. Wilmar Intl (F34.SI) Stock Price: URL: <https://sg.finance.yahoo.com/quote/F34.SI/> (date of appeal: 29.01.2020)

77. Tyson Foods, Inc. (TSN) Stock Price: URL: <https://finance.yahoo.com/quote/TSN/> (date of appeal: 29.01.2020)

78. Sang Jun Cho, Chune Young Chung, Jason Young. Study on the Relationship between CSR and Financial Performance. *Sustainability*, 11. 343 2019. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/2/343/pdf> (date of appeal: 17.05.2020)

79. W. Salah, M. A. Salama. A Quantitative Analysis for the Correlation Between Corporate Financial and Social Performance. *iJES*. Vol. 4 (4). 2016. URL: <https://online-journals.org/index.php/i-jes/article/viewFile/6551/4232> date of appeal: 17.05.2020)

80. . М. Гранатуров. І. А. Кораблінов. Концепція “Чорного лебедя”: суперечності та застосовність У сучасному бізнесі. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/EkUk_2017_2_8.pdf (дата звернення: 16.05.2020)

81. SDG Industry Matrix. Food, Beverage and Consumer Goods. United Nations Global Compact. 2016. pp. 42.

82. Астарта відзначила 11-річчя виходу на IPO. Національна асоціація цукровиків України. URL: <http://www.ukrsugar.com/uk/post/astarta-vidznacila-11-ricca-vihodu-na-ipo> (дата звернення: 16.05.2020)

83. «Нібулон» пропонує виявляти коронавірус за допомогою апаратів для перевірки ГМО. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/2902373-nibulon-proponue-viavlati-koronavirus-za-dopomogou-aparativ-dla-perevirki-gmo.html> (дата звернення: 18.05.2020)

84. N. J. Gormsen, R. Koijen. Coronavirus: Impact on stock prices and growth expectations. VOX Policy Portal. URL: <https://voxeu.org/article/coronavirus-impact-stock-prices-and-growth-expectations> (date of appeal: 18.05.2020)

85. США: JBS и Tyson закрывают свои заводы по производству свинины из-за COVID-19. Последние новости в свиноводстве. URL: https://www.pig333.ru/latest_swine_news/сша-jbs-и-tyson-закрывают-свои-заводы-из-за-covid-19_3352/ (дата обращения: 18.05.2020)

86. Archer Daniels Midland. Official website. URL: <https://www.adm.com/> (date of appeal: 18.05.2020)

87. JBS. Official website. URL: <https://jbs.com.br/en/> (date of appeal: 18.05.2020)

88. Our response to Coronavirus (COVID 19). Tyson Foods Official website. URL: <https://www.tysonfoods.com/coronavirus> (date of appeal: 18.05.2020)

89. ISO 26000 Social responsibility: URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (date of appeal: 22.04.2020)

90. Global Reporting Initiative (GRI): URL: <https://www.globalreporting.org/> (date of appeal: 22.04.2020)

91. Social Accountability International (SAI): URL: <http://www.sai-intl.org/> (date of appeal: 22.04.2020)

92. Forética: Inicio: URL: https://www.foretica.org/sge_21_ingles.pdf (date of appeal: 22.04.2020)

93. AA1000 Accountability Principles Standard 2008/2018: URL: <https://www.sriregistrar.com/standards/aa1000/> (date of appeal: 22.04.2020)

94. Advancing Sustainable Development. United Nations Global Compact.
URL: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/sustainable-development> (date of appeal: 11.05.2020)

95. Archer Daniels Midland Shareholder Reports:
URL: <https://www.adm.com/investors/shareholder-reports> (date of appeal: 28.01.2020)

96. Wilmar international Annual Reports: URL: <https://ir-media.wilmar-international.com/annual-reports/> (date of appeal: 28.01.2020)

97. Tyson Foods Annual Reports: URL: <https://ir.tyson.com/reports/annual-reports/default.aspx> (date of appeal: 28.01.2020)

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1. Перелік Цілей сталого розвитку [18]

Глобальний договір ООН

Принципи прав людини

1. Комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні
2. Комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини

Принципи праці

3. Комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні переговори.
4. Комерційні компанії повинні сприяти викоріненню примусової або обов'язкової праці.
5. Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дитячої праці.
6. Комерційні компанії повинні сприяти дієвому викоріненню дискримінації стосовно зайнятості та працевлаштування.

Екологічні Принципи

7. Комерційні компанії повинні дотримуватися обережних підходів до екологічних проблем.
8. Комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.
9. Комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Антикорупційний Принцип

10. Комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво

Рис. А.2. Перелік принципів Глобального договору ООН [59]

Додаток Б

Таблиця Б

Характеристика основних стандартів соціально відповідального бізнесу

Назва стандарту	Характеристика
ISO 26000	Цей стандарт був опублікований у 2010 році та розроблений ISO (Міжнародна організація зі стандартизації) з метою керівництва організаціями щодо впровадження програм соціальної відповідальності. Це несертифікований стандарт. Представляє собою посібник, що впливає з консенсусу серед міжнародних експертів, що призначений для заохочення та сприяння впровадженню найкращих практик соціальної відповідальності на міжнародному рівні.
GRI Global Reporting Initiative	Глобальна ініціатива звітності (GRI) – це незалежна установа, створена в 1999 році, з місією забезпечити надійну основу для підготовки звітів про сталий розвиток, які можуть бути використані організаціями незалежно від розміру, сектора чи місцезнаходження. На сьогодні керівництво GRI є головним міжнародним стандартом підготовки нефінансових звітів компаній.
SA 8000	Це стандарт добровільного управління, розроблений SAI (Social Accountability International) Організації Об'єднаних Націй, опублікований у 1997 р. Про умови праці та незалежну систему контролю етичного виробництва товарів та послуг, а також відповідних умов праці. Основна увага приділяється конвенціям Міжнародної організації праці (МОП), Декларації прав людини та Конвенції про права дитини, яка фокусується на уникненні конкурентної переваги нижчих виробничих витрат через нижчий рівень умов праці.
SGE 21	Стандарт SGE 21 був вперше опублікований у 2000 році глобальною мережею організацій та професіоналів Forética, що займаються розвитком соціальної відповідальності, створеною в Іспанії. SGE 21 – перша європейська система соціальної відповідальності, яка добровільно забезпечує аудит процесів та забезпечує сертифікацію в галузі етики управління та соціальної відповідальності.
AA 1000	Стандарт AA 1000 розроблено у Великобританії в 1999 році з метою інтеграції аспектів управління, аудиту та комунікацій у сфері соціально відповідального бізнесу. Основна особливість AA 1000 - це розробка досконалої методології, яка починається з ідентифікації запитів зацікавлених сторін і супроводжується переглядом цінностей.

*) Складено на основі: [89–93].

Додаток В

Таблиця В

Взаємозв'язок ЦСР і стандартів GRI

Ціль сталого розвитку	Чинний стандарт GRI	Назва стандарту
1	2	3
Ціль 1. Подолання бідності у всіх формах і всюди	GRI 413	Місцеві громади
	GRI 203	Непрямі економічні впливи
	GRI 202	Присутність на ринку
	GRI 103	Управлінський підхід
Ціль 2. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства	GRI 413	Місцеві громади
	GRI 203	Непрямі економічні впливи
	GRI 411	Права корінних жителів
	GRI 201	Економічна ефективність
Ціль 3. Забезпечення здорового способу життя та добробуту людей будь-якого віку	GRI 203	Непрямі економічні впливи
	GRI 305	Викиди
	GRI 403	Безпека та охорона праці
	GRI 306	Стоки та відходи
Ціль 4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх	GRI 102	Загальні показники
	GRI 404	Освіта та навчання
Ціль 5. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 202	Присутність на ринку
	GRI 405	Різноманітність та рівні можливості
	GRI 401	Зайнятість
	GRI 404	Освіта та навчання
	GRI 201	Економічна ефективність
	GRI 102	Загальні показники
Ціль 6. Забезпечення наявності та сталого управління водними ресурсами та санітарією	GRI 414	Соціальна оцінка постачальників
	GRI 306	Стоки та відходи
	GRI 303	Вода
Ціль 7. Забезпечення доступу всіх людей до прийнятних за ціною, надійних, сталих і сучасних джерел енергії	GRI 304	Біорізноманітність
	GRI 302	Енергія
	GRI 201	Економічна ефективність
Ціль 8. Сприяння безперервному, всеохопному і сталому економічному зростанню, повній і	GRI 203	Непрямі економічні впливи
	GRI 408	Дитяча праця
	GRI 405	Різноманітність та рівні можливості

Продовження табл. В

1	2	3
продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх	GRI 202	Присутність на ринку
	GRI 401	Зайнятість
Ціль 8. Сприяння безперервному, всеохопному і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 201	Економічна ефективність
	GRI 404	Освіта та навчання
	GRI 409	Примусова праця
	GRI 102	Загальні показники
	GRI 302	Енергія
	GRI 102	Загальні показники
	GRI 414	Соціальна оцінка постачальників
	GRI 402	Відносини з управління працею
	GRI 301	Матеріали
	GRI 406	Протидія дискримінації
	GRI 403	Безпека та охорона праці
	GRI 303	Вода
Ціль 9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям	GRI 201	Економічна ефективність
	GRI 203	Непрямі економічні впливи
Ціль 10. Скорочення нерівності всередині країн і між ними	GRI 203	Непрямі економічні впливи
	GRI 405	Різноманітність та рівні можливості
Ціль 11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів	GRI 203	Непрямі економічні впливи
Ціль 12. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва	GRI 305	Викиди
	GRI 302	Енергія
	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 306	Стоки та відходи
	GRI 307	Екологічна відповідність
	GRI 204	Практики закупівель
	GRI 417	Маркетинг та маркування
	GRI 301	Матеріали
	GRI 303	Вода
Ціль 13. Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками	GRI 302	Енергія
	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 305	Викиди
	GRI 306	Стоки та відходи
	GRI 307	Екологічна відповідність
	GRI 201	Економічна ефективність

Продовження табл. В

1	2	3
Ціль 14. Збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 305	Викиди
	GRI 306	Стоки та відходи
	GRI 304	Біорізноманітність
Ціль 15. Захист і відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустелюванням, припинення та повернення назад процесу деградації земель і зупинення втрати біорізноманіття	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 305	Викиди
	GRI 306	Стоки та відходи
	GRI 307	Екологічна відповідність
	GRI 304	Біорізноманітність
Ціль 16. Сприяння розбудові миролюбного і всеохопного суспільства задля сталого розвитку, забезпечення всім доступу до правосуддя і створення ефективних, підзвітних та інклюзивних інституцій на всіх рівнях	GRI 408	Дитяча праця
	GRI 205	Антикорупційна діяльність
	GRI 415	Публічна політика
	GRI 307	Екологічна відповідність
	GRI 206	Антиконкурентна поведінка
	GRI 419	Соціально-економічна відповідність
	GRI 416	Здоров'я та безпека мпоживачів
	GRI 417	Маркетинг та маркування
	GRI 418	Конфіденційність клієнтів
	GRI 102	Загальні показники
	GRI 103	Управлінський підхід
	GRI 406	Протидія дискримінації
	GRI 414	Соціальна оцінка постачальників
Ціль 17. Сприяння розбудові миролюбного і всеохопного суспільства задля сталого розвитку, забезпечення всім доступу до правосуддя і створення ефективних, підзвітних та інклюзивних інституцій на всіх рівнях	GRI 203	Непрямі економічні впливи

*) Складено на основі: [30].

Додаток Г



Рис. Г. Відповідність принципів ГД ООН Цілям сталого розвитку [94]

Додаток Д

Таблиця Д

Характеристика індексів для оцінки соціальної активності бізнесу

Назва індексу	Коротка характеристика	Переваги і недоліки щодо оцінки
Індекс Domini Social Investment (DSI400)	Базується на оцінці соціальних та екологічних показників найбільших за капіталізацією компаній, що не належать до «заборонених галузей»	Враховуються сильні та слабкі сторони. Недоліки: не є універсальним для різних підприємств
Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	Базується на оцінці організаційної структури управління; активності компанії у соціальній сфері; інтелектуальної здатності до інновацій; заходів, спрямованих на захист навколишнього середовища	Використовуються критерії оцінювання економічної, соціальної сфери та навколишнього середовища. Недоліки: не може бути застосований до усіх підприємств; не враховує інтереси усіх стейкхолдерів.
Індекс FTSE4Good	Розроблений Financial Times, Лондонською фондовою біржею, London School of Economics. До уваги беруться показники підприємств, які не належать до «заборонених галузей».	Оцінює фінансові, соціальні й екологічні показники підприємств. Недоліки: неможливо оцінити всі компанії.
Large Cap Social Index (LCSI)	Розраховується на основі екологічних та соціальних критеріїв відібраних компаній.	Враховуються соціальні й екологічні критерії діяльності. Недоліки: не може бути застосовано до всіх підприємств.
Індекс екологічної стійкості (Environmental Sustainability Index)	за 21 критерієм визначає екологічну стійкість підприємства в частині збереження природних ресурсів та екологічної політики управління.	Використовується для оцінки екологічної стійкості підприємства. Недоліки: не враховуються економічні результати діяльності підприємства
Індекс корпоративної благочинності (Corporate Philanthropy Index)	Розроблений Walker Information Inc. під егідою Council on Foundations, розраховується більш ніж 350 компаніями з США та Канади та базується на оцінці діяльності компанії різними групами заінтересованих осіб.	Базується на оцінці діяльності компанії різними групами зацікавлених осіб. Оцінює переважно з позицій добродійності. Недоліки: не враховуються екологічні, економічні результати діяльності підприємства.

*) Складено на основі: [36].

Додаток Е

Таблиця Е

Аналіз розкриття компаніями стандартів, що відповідають ЦСР

Номер цілі	Показник GRI	Наявність показника у звіті компанії за 2018 рік					
		ADM	JBS	Tyson Foods	Wilmar	Астарта	МХП
1	2	3	4	5	6	7	8
Ціль 1	103-2	1	1	1	1	1	1
	202-1	0	0	0	1	0	0
	203-2	0	0	0	1	0	1
	413-2	1	0	0	0	0	0
Ціль 2	201-1	0	0	0	1	1	0
	203-1	0	0	0	1	0	1
	203-2	0	0	0	1	0	1
	411-1	1	0	0	1	0	0
	413-2	1	0	0	0	0	0
Ціль 3	203-2	0	0	0	1	0	1
	305-1	1	1	1	1	0	1
	305-2	1	0	1	1	0	1
	305-3	0	0	0	1	0	0
	305-6	0	0	0	0	0	0
	305-7	0	0	0	0	0	0
	306-1	0	1	0	1	1	1
	306-2	0	1	0	0	1	1
	306-3	0	0	1	0	0	0
	306-4	0	0	0	0	0	0
	403-2	0	1	0	1	1	1
Ціль 4	403-3	0	0	0	1	0	1
	102-27	0	0	0	0	0	0
	404-1	0	0	0	0	0	1
Ціль 5	102-22	0	0	0	1	0	0
	102-24	0	0	0	1	0	0
	103-2	1	1	1	1	1	1
	201-1	0	0	0	1	1	0
	202-1	0	0	0	1	0	0
	203-1	0	0	0	0	0	1
	401-1	0	0	0	0	1	1
	401-3	0	0	0	0	0	0
	404-3	0	0	0	0	0	1
	405-1	0	0	0	1	0	1
	405-2	0	0	0	0	0	0
	406-1	0	0	0	0	0	1
	414-1	0	0	0	0	0	0
	414-2	1	1	0	1	0	0
Ціль 6	303-1	1	1	1	1	0	1
	303-2	0	0	1	1	0	1
	303-3	1	1	1	0	0	1
	304-1	0	0	0	1	0	0
	304-2	1	0	0	1	0	0
	304-3	0	0	0	1	0	0
	304-4	0	0	0	1	0	0
	306-1	0	1	0	1	1	1
	306-2	0	1	0	0	1	1
	306-3	0	0	1	0	0	0
	306-5	0	0	0	1	0	0

Продовження табл. Е

1	2	3	4	5	6	7	8
Ціль 7	201-1	0	0	0	1	1	0
	203-1	0	0	0	1	0	1
	302-1	1	1	1	0	1	1
	302-2	0	0	0	0	0	0
	302-3	1	0	1	0	0	0
	302-4	1	0	1	0	0	0
	302-5	0	0	0	0	0	0
Ціль 8	102-8	1	1	1	1	1	1
	102-41	1	0	1	1	1	1
	103-2	1	1	1	1	1	1
	201-1	0	0	0	1	1	0
	202-2	0	0	0	1	0	0
	203-2	0	0	0	1	0	1
	301-1	0	0	0	1	0	1
	301-2	0	0	0	0	0	0
	301-3	0	0	0	0	0	0
	302-1	1	1	1	0	1	1
	302-2	0	0	0	0	0	0
	302-3	1	0	1	0	0	0
	302-4	1	0	1	0	0	0
	302-5	0	0	0	0	0	0
	303-3	1	1	1	0	0	1
	401-1	0	0	0	0	1	1
	401-2	0	0	0	1	0	1
	401-3	0	0	0	0	0	0
	402-1	0	0	1	0	0	1
	403-1	0	0	0	1	0	0
	403-2	0	1	0	1	1	1
	403-3	0	0	0	1	0	1
	403-4	0	0	0	0	0	0
	404-1	0	0	0	0	0	1
	404-2	0	0	0	0	0	1
	404-3	0	0	0	0	0	1
	405-1	0	0	0	1	0	1
	405-2	0	0	0	0	0	0
	406-1	0	0	0	0	0	1
	407-1	1	0	1	1	0	1
	408-1	1	0	0	1	0	0
	409-1	1	0	0	1	0	0
	414-1	0	0	0	0	0	0
	414-2	1	1	0	1	0	0
Ціль 9	201-1	0	0	0	1	1	0
	203-1	0	0	0	1	0	1
Ціль 10	203-2	0	0	0	1	0	1
	405-2	0	0	0	0	0	0
Ціль 11	203-1	0	0	0	1	0	1
Ціль 12	103	1	1	1	1	1	1
	204-1	0	0	0	1	0	1
	301-1	0	0	0	1	0	1
	301-3	0	0	0	0	0	0
	302-1	1	1	1	0	1	1
	302-2	0	0	0	0	0	0
	302-3	1	0	1	0	0	0
	302-4	1	0	1	0	0	0
	302-5	0	0	0	0	0	0
	303-3	1	1	1	0	0	1

Продовження табл. Е

1	2	3	4	5	6	7	8
Ціль 12	305-1	1	1	1	1	0	1
	305-2	1	0	1	1	0	1
	305-3	0	0	0	1	0	0
	305-6	0	0	0	0	0	0
	305-7	0	0	0	0	0	0
	306-1	0	1	0	1	1	1
	306-2	0	1	0	0	1	1
	306-3	0	0	1	0	0	0
	306-4	0	0	0	0	0	0
	307	0	0	1	0	0	1
	417-1	0	1	0	0	0	0
Ціль 13	103	1	1	1	1	1	1
	201-2	0	0	0	1	0	0
	302-1	1	1	1	0	1	1
	302-2	0	0	0	0	0	0
	302-3	1	0	1	0	0	0
	302-4	1	0	1	0	0	0
	302-5	0	0	0	0	0	0
	305-1	1	1	1	1	0	1
	305-2	1	0	1	1	0	1
	305-3	0	0	0	1	0	0
	305-4	1	0	1	1	0	0
	305-5	1	0	1	1	0	0
	305-6	0	0	0	0	0	0
	305-7	0	0	0	0	0	0
	306	0	1	1	1	1	1
	307	0	0	1	0	0	1
Ціль 14	103	1	1	1	1	1	1
	304-1	0	0	0	1	0	0
	304-2	1	0	0	1	0	0
	304-3	0	0	0	1	0	0
	304-4	0	0	0	1	0	0
	305-1	1	1	1	1	0	1
	305-2	1	0	1	1	0	1
	305-3	0	0	0	1	0	0
	305-4	1	0	1	1	0	0
	305-5	1	0	1	1	0	0
	305-7	0	0	0	0	0	0
	306-1	0	1	0	1	1	1
	306-3	0	0	1	0	0	0
	307	0	0	1	0	0	1
Ціль 15	103	1	1	1	1	1	0
	304-1	0	0	0	1	0	0
	304-2	1	0	0	1	0	0
	304-3	0	0	0	1	0	0
	304-4	0	0	0	1	0	0
	305-1	1	1	1	1	0	1
	305-2	1	0	1	1	0	1
	305-3	0	0	0	1	0	0
	305-4	1	0	1	1	0	0
	305-5	1	0	1	1	0	0
	305-7	0	0	0	0	0	0
	306-3	0	0	1	0	0	0
	306-5	0	0	0	1	0	0
	307	0	0	1	0	0	1

Продовження табл. Е

1	2	3	4	5	6	7	8
Ціль 16	102-16	1	1	1	1	1	0
	102-17	0	0	0	1	0	0
	102-21	0	0	0	1	0	0
	102-22	0	0	0	1	0	0
	102-23	0	0	0	1	0	0
	102-24	0	0	0	1	0	0
	102-25	0	0	0	1	0	0
	102-29	1	0	0	0	0	0
	102-37	0	0	0	0	0	0
	103-2	1	1	1	1	1	1
Ціль 17	205-1	0	0	1	0	0	1
	205-2	0	0	0	0	0	1
	205-3	0	0	0	0	0	0
	206-1	0	0	1	0	0	0
	307-1	0	0	1	0	0	1
	406-1	0	0	0	0	0	1
	408-1	1	0	0	1	0	0
	410-1	0	0	0	0	0	0
	414-1	0	0	0	0	0	0
	414-2	1	1	0	1	0	0
	415-1	0	0	0	0	0	0
	416-2	1	0	1	0	0	1
	417-1	0	1	0	0	0	0
	417-2	0	0	0	0	0	0
	418-1	0	0	0	0	0	0
	419-1	0	0	1	0	0	0
	203-2	0	0	0	1	0	1

*) Складено на основі: [30; 61–66].

Додаток Ж

Таблиця Ж

Характеристика напрямів діяльності аграрних ТНК у контексті Цілей
сталого розвитку

Назва ТНК	Країна базування ТНК	Спеціалізація	Напрями впровадження ЦСР
Arch er Dani els Midl and	США	Продукти харчування, етанол, біопаливо, кукурудзяний сироп	Цілі: ні вирубці лісів, використанню торфу та експлуатації працівників, інформація про діяльність компанії має бути прозорою. Досвід: з 2014 р. компанія публікує звіти зі сталого розвитку, у 2016 р. приєдналася до мережі ГД ООН.
Loui s Drey fus Grou p	Нідерланди	Насіння олійних культур, зернових, соки, рис, кава, цукор, бавовна, молочні продукти, добрива	Цілі: попередження зміни клімату, забезпечення прав людини, вплив на навколишнє середовище, безпека. Досвід: з 2010 р. приєдналася до ініціативи Глобального договору ООН, а з 2012 р. публікує соціальні звіти.
JBS	Бразилія	Виробництво та переробка м'яса яловичини, курятини, свинини,	Цілі: управління ризиками, підвищення екологічної ефективності та взаємовідносин із суспільством, стимулювання інновацій. Досвід: компанія публікує соціальні звіти з 2012 р.
Wil mar inter natio nal	Сінгапур	Пальмова олія, білкове харчування, харчові олії, цукор, спеціальні жири, біопаливо	Цілі: етичне управління, прозорість, скорочення викидів парникових газів та використання хімічних речовин, забезпечення якості води, права та можливостей людей. Досвід: компанія приєдналася до ГД ООН у 2008 р., з 2009 р. публікує звіти зі сталого розвитку
Tyso n Food s	США	Яловичина, курятина, свинина, продукти швидкого харчування	Цілі: захист навколишнього середовища, забезпечення добробуту тварин та забезпечення якості продукції. Досвід: компанія приєдналася до ГД ООН у 2018 р. і публікує соціальні звіти з 2005-го року.

*) Складено на основі: [61–64; 67].

Додаток 3

Таблиця 3.1

Перелік програм, реалізованих компаніями в рамках 1-4 цілей сталого розвитку

Компанія	1. Подолання бідності	2. Вирішення проблеми голоду	3. Підтримання хорошого здоров'я
1	2	3	4
Archer Daniels Midland	-	Благодійні внески на подолання голоду. Налагодження систем постачання харчової продукції	Безпека харчової продукції для споживачів
Louis Dreyfus Group	Тренінги і забезпечення їх робочими місцями жителів бідних країн	Забезпеченні харчовою продукцією максимальної кількості людей	-
JBS	-	-	Безпека харчової продукції для споживачів. Безпеки здоров'я працівників. Благодійні внески у лікарні
Wilmar International	-	-	-
Tyson Foods	-	Благодійні внески у вирішення проблеми голоду Товарна благодійна допомога	Безпека харчової продукції для споживачів. Безпеки здоров'я працівників. Благодійні внески у здоров'я спільнот

*) Складено на основі: [61–64; 68].

Таблиця 3.2

Перелік програм, реалізованих компаніями в рамках 6-10 цілей сталого
розвитку

6. Чиста вода та належні санітарні умови	7. Використання відновлювальної енергії	8. Достойні робочі місця й економічне зростання	9. Інновації й інфраструктура	10. Зменшення нерівності
7	8	9	10	11
Забезпечення потужностей компанії й фермерів чистою водою	Збільшення % використання відновлювальної енергії	Дотримання прав людини. Етичний кодекс. Зменшення виробничих травм	R&D відділ. Покращення якості харчової продукції. Покращення ефективності виробничих операцій	-
Зменшення викидів забрудненої води	Моніторинг % використання відновлювальної енергії і поступове його підвищення	Зменшення виробничих травм. Безпечна поведінка на робочому місці	Системи сталого фермерства Вирощування та збереження дерев	Уникнення дискримінації за віком при прийомі на роботу
Високий рівень санітарних умов виробництва	Збільшення рівня використання відновлювальної енергії	Професійний розвиток працівників. Зменшення виробничих травм. Культурні заходи	Глобальна інноваційна група для обміну досвідом і впровадження інновацій	
-	-	Етичний кодекс. Відмова від дитячої праці. Дотримання прав. Зменшення виробничих травм. Постійні трудові договори		
	Моніторинг % використання відновлювальної енергії	Безпечне робоче місце. Досягнення нульового рівня виробничих травм. Зменшення плинності кадрів		Найкращий робочий умови за рівності ЛГБТ+ робочих умов

*) Складено на основі: [61–64; 68].

Таблиця 3.3

Перелік програм, реалізованих компаніями в рамках 11-16 цілей сталого розвитку

Компанія	11. Сталий розвиток міст та спільнот	12. Відповідальне споживання	13. Захист планети	14. Забезпечення життя під водою
1	12	13	14	15
Archer Daniels Midland	Благодійні внески у розвиток спільнот	Зменшення використання води. Вимоги до постачальників. Скорочення відходів	Попередження виснаженню природних ресурсів і торфових родовищ	
Louis Dreyfus Group		Відповідальне використання ресурсів. Зменшення рівня використання води	Зменшення викидів в атмосферу. Використання відновлювальних видів палива. Пом'якшення заболочених земель	Зменшення викидів забруднень води
JBS		Контроль споживання води. Відповідальні закупівлі. Генерація енергії з відходів	Зменшення викидів парникових газів. Екологічна освіта фермерів. Оптимізація логістичної мережі	Зменшення викидів забруднень води
Wilmar international		Контроль рівня використання води й природних ресурсів	Засоби уловлювання метану для скорочення викидів парникових газів	
Tyson Foods	Забезпечення здорових громад. Боротьба з катастрофами. Гранти на розвиток громад	Ефективність енерго- й водовикористання. Зменшення відходів. Збереження природних ресурсів.	Контроль парникових газів. Безпека громад. Екологічність пакування. Оптимізація логістичних мереж. Стале управління земельними ресурсами	

*) Складено на основі: [61–64; 68].

Додаток И

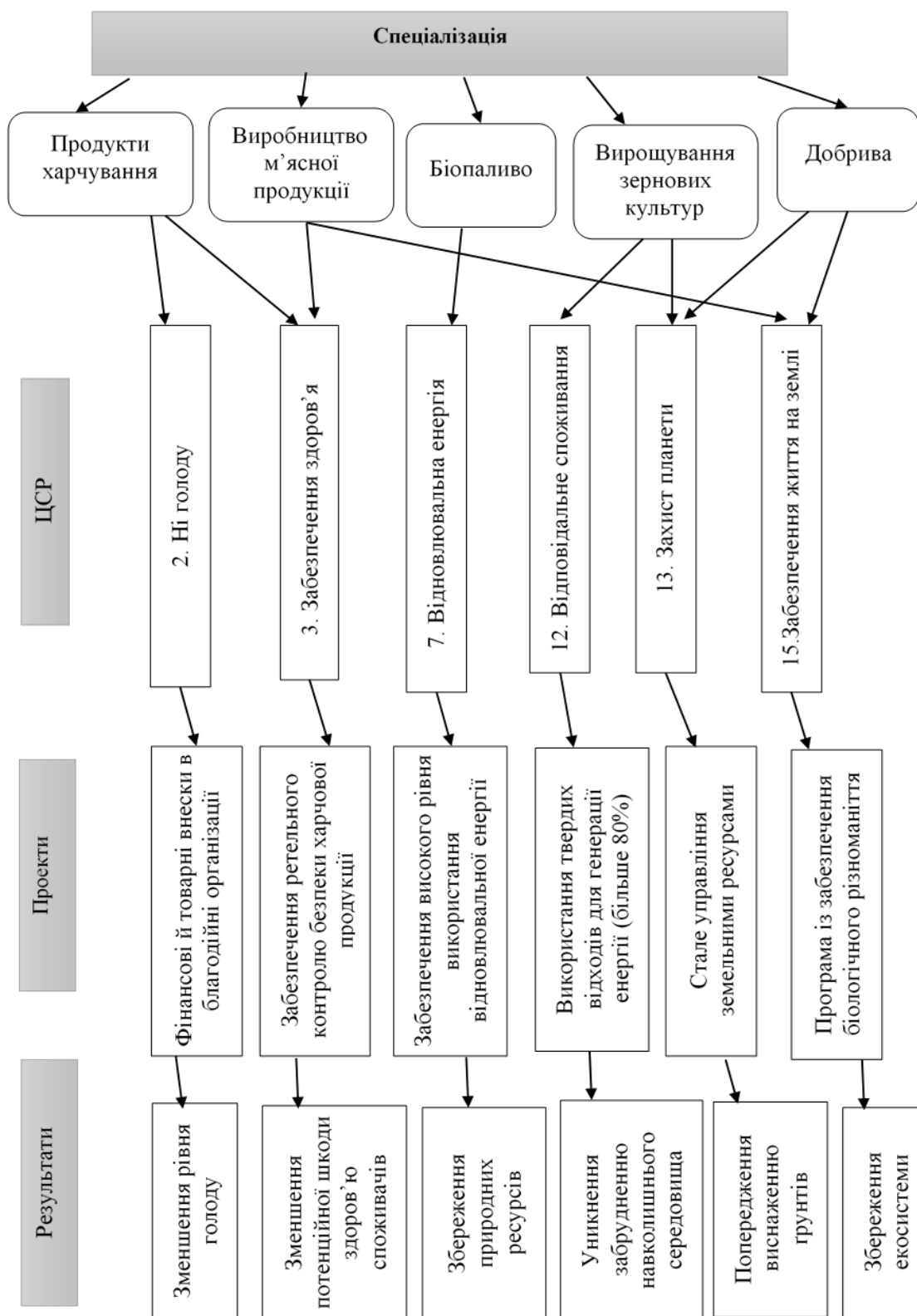


Рис. И. Структурно-логічна схема впровадження ЦСР

*) Розробка автора.

Додаток К

Таблиця К

Проекти регіональних підрозділів компаній щодо впровадження ЦСР, 2014-2018 рр.

Назва регіонального підрозділу	Характеристика діяльності компанії	ЦСР	Проекти із впровадження окремих ЦСР
АДМ Україна	Вирощування зерна, насіння соняшника, продаж соняшникової олії та борошна. Потужності: олійноекстракційний завод в м. Чорноморськ, зерновий термінал в порту Одеси, 6 силосних башт.	№ 2	Команда АДМ щороку відзначає Всесвітній день продовольства інформуючи громадськість про глобальні продовольчі проблеми. Товарні й грошові внески на користь благодійних організацій.
		№ 3, № 4	Благодійні внески в медицину й освіту м. Чорноморськ Одеської області.
		№12, №15	Програма стійких олійних культур – передбачає сформовану систему управління сільськогосподарською діяльністю з метою збереження родючості ґрунтів, води, регулярний аудит окремих господарств для забезпечення дотримання програми.
LDC Україна	Один з найбільших експортерів зерна та олійних культур у країні	№ 3	Щорічний благодійний захід для місцевої дитячої лікарні НДСЛ «Охматдит».
		№ 4	Освітня програма в рамках співпраці з КНЕУ ім. В.Гетьмана.
		№ 8	Захисне обладнання та спеціальні навчальні заходи для працівників.
		№ 9	Шляхом співпраці з ЄБРР сприяє розбудові економіки й інфраструктури України, придбавши 1000 вагонів-зерновозів на суму 35 млн. дол. у 2019 р.
		№ 12	Впровадження принципів «зеленого офісу».
ТОВ «Дельта Вілмар Україна»	Потужності: завод з переробки тропічних олій та з переробки олійних культур	№ 3	Охорона здоров'я і безпека на робочих місцях.
		№ 4	Інноваційний підхід до розбудови бізнес-стратегій.

*) Складено на основі: [69–72].

Додаток Л

Таблиця Л

Фінансові результати діяльності та обсяги соціальних інвестицій в
рамках КСВ-стратегій аграрних ТНК

Корпорація	Рік	Дохід, млн. дол. США	Прибуток, млн. дол. США	Активи, млн дол. США	Соціальні інвестиції, млн дол. США **
Archer Daniels Midland	201 4	81201	2248	44027	55
	201 5	67702	1849	40157	71,7
	201 6	62346	1279	39769	71
	201 7	60828	1595	39963	46,6
	201 8	64341	1810	40833	46,7
Louis Dreyfus Group	201 4	64700	648	19433	N/A
	201 5	55700	211	18592	N/A
	201 6	49838	305	19843	30
	201 7	55440	317	20394	27
	201 8	40571	355	18440	22
Archer Daniels Midland	201 4	81201	2248	44027	55
	201 5	67702	1849	40157	71,7
	201 6	62346	1279	39769	71
	201 7	60828	1595	39963	46,6
	201 8	64341	1810	40833	46,7
Louis Dreyfus Group	201 4	64700	648	19433	N/A
	201 5	55700	211	18592	N/A
	201 6	49838	305	19843	30
	201 7	55440	317	20394	27
	201 8	40571	355	18440	22

JBS	2014	46985	865	30876	N/A
	2015	50053	1392	30785	171,3
	2016	48825	108	31605	204,3
	2017	51118	167	32776	192,6
	2018	49710	6.9	29455	172,2
Wilmar international	2015	38777	1056	37939	4,6*
	2016	41402	972	37032	2,9*
	2017	43846	1219	40933	3,33*
	2018	44498	1128	45680	4,7*
Tyson Foods	2014	37255	864	23956	7,7
	2016	36881	1769	22373	8
	2017	38260	1774	28066	7,2
	2018	40050	3024	29109	25,2

*- тільки благодійні внески на розвиток освіти, здоров'я та допомогу в подоланні наслідків стихійних лих, млн дол. США

**- статистичні дані складено на основі висвітлених у річних, фінансових і соціальних звітах витратах компаній на соціальні, екологічні проекти, а також інвестиції у сталий розвиток

*) Складено на основі: [61–64; 95-97].

Додаток М

Таблиця М

Візія підвищення ефективності впровадження ЦСР аграрними компаніями

Негативні фактори впливу на ефективність впровадження ЦСР	Візія підвищення ефективності впровадження ЦСР аграрними компаніями
1	2
1. Відсутність довгострокових цілей і плану компаній щодо досягнення відчутних результатів у сфері сталого розвитку	Формування й затвердження стратегії сталого розвитку компанії, що включатиме масштабні цілі й план реалізації їх досягнення і відповідатиме реальним ресурсам і організаційним можливостям компанії аграрного сектору, зважаючи на перспективи майбутнього розвитку організації
	Врахування інтересів усіх груп стейкхолдерів під час формування стратегії сталого розвитку, що вимагатиме проведення комплексного опитування, в тому числі представників фермерських господарств й інших осіб, задіяних в аграрному виробництві, які не мають можливості проходження опитування в режимі онлайну
	Створення відділу/комітету з питань соціальної відповідальності, який забезпечуватиме виконання поставлених цілей, визначення відповідальних осіб за реалізацію окремих пунктів/положень стратегії компанії
	Забезпечення проведення етапу моніторингу виконання плану і його коригування, що забезпечить адаптацію коротко- і середньострокових цілей і проєктів в рамках довгострокової стратегії до поточних умов функціонування компанії
	Регулярна перевірка відповідності визначеного плану впровадження ЦСР можливостями фінансування його реалізації, що мінімізує ризики призупинення чи скасування заходів, які зумовлюють досягнення довгострокових цілей
2. Неефективне використання фінансових й інших ресурсів, направлених на впровадження ЦСР	Щорічне/щоквартальне складання й затвердження комітетом з соціальної відповідальності бюджету витрат на реалізацію заходів в рамках стратегії сталого розвитку компанії й узгодження бюджету з фінансовим відділом
	Забезпечення пріоритетності впровадження проєктів, що відповідають основним положенням стратегії сталого розвитку компанії, що унеможливить розсіювання зусиль на реалізацію інших, менш стратегічних, завдань

Продовження табл. М

1	2
2. Неефективне використання фінансових й інших ресурсів, направлених на впровадження ЦСР	Забезпечення потужної інформаційної компанії щодо реалізованих заходів, які відповідають стратегії, що забезпечить увагу зацікавлених сторін й посилить репутаційний вплив впроваджених заходів в рамках довгострокової стратегії компанії
3. Невизначеність критеріїв щодо констатації факту впровадження кожної окремої цілі в стратегію компанії	Щорічне встановлення компаніями конкретної мети щодо впровадження кожної із ЦСР, які входять в їх стратегію сталого розвитку і одиниць виміру їх досягнення, та забезпечення звітування відповідно до висвітленої мети
4. Відсутність структурованої зведеної	Введення міжнародними ініціативами зі звітності окремої графи в стандартах з конкретними показниками для кожної із галузей (з окремим виокремленням аграрного сектору) для заповнення компаніями у звітах, що відповідатиме конкретним питанням щодо впровадження ЦСР

форми звітування компаній, включно з представниками аграрного бізнесу, щодо імплементації ЦСР	
	Введення ініціативи з прозорості впровадження ЦСР компаніями, що включатиме випуск чи публікацію на сайті невеликого Звіту про прогрес впровадження ЦСР
	Введення критерію відповідності визначеним для кожного сектору економіки структурованим напрямам впровадження ЦСР при формуванні міжнародних і національних рейтингів соціально відповідальних компаній
5. Невідповідність викладеного у звітах матеріалу щодо впровадження ЦСР з рівнем розкриття показників стандарту нефінансової звітності GRI, які відповідають ЦСР	Забезпечення відповідності рівня опису та масштабів впроваджених проєктів, що направлені на досягнення ЦСР, стандартним вимогам Глобальної ініціативи зі звітності щодо впровадження заходів стосовно досягнення кожної ЦСР
	Виокремлення окремої стандартної структурованої граfi, що відповідатиме кожній ЦСР і забезпечить адекватне висвітлення заходів і прогресу щодо досягнення ЦСР, враховуючи особливості компаній різних секторів економіки, включно з аграрним бізнесом

*) Розробка автора.

АКТ

впровадження результатів наукових досліджень в практику діяльності підприємства

У науковій роботі студентки гр. УС-61 факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського Потапової В.П.
(прізвище, ініціали)

на тему: Оцінювання ефективності впровадження Цілей сталого розвитку у
корпоративні стратегії аграрних ТНК
(назва теми)

визначено шляхи впровадження цілей сталого розвитку в бізнес-стратегії аграрних компаній і запропоновано методи оцінки їх ефективності. Проаналізовано прямий та опосередкований вплив діяльності аграрних ТНК у сфері корпоративної соціальної відповідальності на стан екологічної й соціальної сфери в Україні.

Практичну цінність має порівняльний аналіз проектів компаній, що спрямовані на досягнення конкретних цілей сталого розвитку, який розроблений на основі бального підходу оцінки їх цінності для суспільства.

Проведене дослідження та розроблені на його базі рекомендації щодо удосконалення шляхів впровадження цілей сталого розвитку в бізнес-стратегії аграрних компаній України та оцінки їх результативності, будуть використані в подальшій практичній діяльності підприємства ТОВ «Компанія «Колос України».

комерційний директор _____

(підпис)

Н.С. Левконюк

(ініціали, прізвище)

ТОВ «Компанія «Колос України»

(місце роботи)



«23» січня 2020р.
(дата)



09623, Київська обл., Васильківський р-н,
с.п.т. Калишівка, вул. Запорожців, 49
телеф.: +38 044 360 73 05, +38 044 360 73 03
факс: +38 045 714 24 10, +38 045 714 24 11
e-mail: office@atts.in.ua, web: www.atts.in.ua

НАДІЙНИЙ ПАРТНЕР
ДЛЯ ВАШОГО БІЗНЕСУ

ЄДРПОУ 24918458

ІПН 249184526573

Свід. ПДВ № 200029419

р/р 26005476745 в ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», м.Київ, МФО 380805
р/р 26009571229600 в ПАТ «УкрСиббанк», м.Харків, МФО 351005

АКТ

впровадження результатів наукових досліджень в практику діяльності підприємства

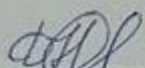
У науковій роботі студентки гр. УС-61 факультету менеджменту та маркетингу КНП ім.
Горя Сікорського Потапової Вікторії Павлівни
(прізвище, ініціали)

на тему: Оцінювання ефективності впровадження корпоративної соціальної
відповідальності у бізнес - стратегії аграрних підприємств
(назва теми)

запропоновано методи оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності
аграрних підприємств щодо впливу на суспільство, фінансові показники й імідж аграрних
підприємств.

Практичну цінність має порівняльний аналіз ефективності бізнес-стратегій крізь призму
реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності аграрних підприємств
України та інших країн та розроблений автором методичний підхід щодо оцінювання
ефективності впровадження цілей сталого розвитку у стратегії соціально відповідальної
діяльності бізнесу.

Проведений аналіз та розроблені на його базі пропозиції щодо методичного підходу
до різностороннього кількісного та якісного оцінювання ефективності окремих проєктів
корпоративної соціальної відповідальності у контексті їх впливу на результативність
бізнес-стратегій аграрних підприємств, будуть використані у подальшій практичній
діяльності підприємства ТОВ «Агротехсоюз».

 директор І.В. Дергалок
(підпис) (ініціали, прізвище)
ТОВ «Агротехсоюз»
(місце роботи)



« 18 » 12 2019 р.
(дата)

ЧЕРНІГІВСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 412 24 40

СУМСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 357 57 56

ХАРКІВСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 421 11 22

ПОЛТАВСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 929 57 75

ЧЕРКАСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 332 83 82

ОДЕСЬКЕ
ПРЕДСТАВНИЦТВО
+38 (050) 443 31 31

www.atts.in.ua
 facebook.com/aggrotechsoyuz