

УДК 339.5.012:633.1:658.8.012.2

DOI: 10.31651/2076-5843-2019-3-125-133

**ЗБАРСЬКИЙ Василь Кузьмич**

д.е.н., професор,  
професор кафедри маркетингу  
та міжнародної торгівлі,  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України,  
м. Київ, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7611-5769>  
zbarsky@ukr.net

**ОВАДЕНКО Вікторія Анатоліївна**

аспірант кафедри маркетингу  
та міжнародної торгівлі,  
Національний університет біоресурсів  
і природокористування України,  
м. Київ, Україна  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2829-4616>  
v\_ovadenko@ukr.net

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ПРИНЦИПІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

*У науковій статті обґрунтовано основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» на основі вимог міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility). Сформовано соціально-економічну характеристику ПАТ «Оболонь». Проаналізовано основні напрями корпоративної соціальної відповідальності, стан та результативність діяльності щодо забезпечення корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь». Ідентифіковано основні внутрішні та зовнішні зацікавлені сторони ПАТ «Оболонь» та розроблено комунікативні інструменти для впливу на них. Здійснено детальний аналіз дотримання усіх складових корпоративної соціальної відповідальності у ПАТ «Оболонь». Запропоновано систему заходів щодо формування корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» з метою забезпечення позитивного іміджу підприємства. Встановлено, що ПАТ «Оболонь» є соціально відповідальною компанією, яка неухильно дотримується принципів корпоративної соціальної відповідальності у своїй повсякденній діяльності.*

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility), підприємства галузі пивоваріння, ПАТ «Оболонь», зацікавлені сторони, основні аспекти соціальної відповідальності, Глобальна ініціатива звітності (GRI).

**Постановка проблеми.** Стан ринку пивобезалкогольної продукції в Україні потребує від підприємств для формування попиту не лише встановлювати конструктивні зв'язки з клієнтами, дилерами та постачальниками, а й тісно співпрацювати з громадськістю, тобто формувати коло зацікавлених потенційних споживачів, при цьому неухильно дотримуючись принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Сьогодні питанню корпоративної соціальної відповідальності (corporate social responsibility, CSR) приділяється все більше уваги. Постійно обговорюються проблеми соціально-відповідальної поведінки бізнесу, його ролі в соціально-економічному розвитку країни, можливості взаємодії із місцевою громадою, компанії готують соціальні звіти, займаються соціальним інвестуванням [9]. Розроблені принципи і внутрішні стандарти соціально-відповідальної поведінки поступово інкорпуються у бізнес-стратегії

європейських та провідних українських компаній [3].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми корпоративної соціальної відповідальності розглядалися в роботах провідних іноземних та вітчизняних вчених з маркетингу, менеджменту, комунікацій: І.В. Альшиної, Дж. Бернета, Р.І. Буряка, Т.І. Лук'янець, В.А. Мойсєєва, Г.Г. Почепцова, В.А. Рафальської, І.М. Синяєвої, О.М. Голубкової, Д. Джоббера, В.П. Федько, В.Г. Королько та багатьох інших.

Незважаючи на те, що положення міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility) [4] широко застосовуються в діяльності провідних світових компаній, проблема впровадження та застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах потребує поглибленого вивчення [2].

**Метою** дослідження є: аналіз основних аспектів корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» на основі вимог міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility), розроблення соціально-економічної характеристики ПАТ «Оболонь», формування системи заходів щодо корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» з метою забезпечення позитивного іміджу підприємства.

При написанні наукової статті були використанні такі методи дослідження: економіко-математичні методи, табличний, графічний і діаграмний прийоми, метод аналізу документів (веб-сайт, офіційний звіт ПАТ «Оболонь»), соціологічні та статистичні методи, системний підхід та ін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У 2010 році Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) на основі стандарту щодо соціальної відповідальності SA 8000 (Social Accountability 8000) було розроблено та прийнято міжнародний стандарт ISO 26000 [6].

Незважаючи на те, що положення міжнародного стандарту ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (Guidance on social responsibility) [4] широко застосовуються в діяльності провідних світових компаній, українські підприємства лише починають впроваджувати принципи означеного стандарту. Варто зазначити, що серед вітчизняних підприємств галузі пивоваріння найбільшу увагу питанням корпоративної соціальної відповідальності приділяє ПАТ «Оболонь», яке в своїй діяльності у повній мірі застосовує основоположні принципи міжнародного стандарту ISO 26000:2010 та систематично оприлюднює звітність перед зовнішніми зацікавленими сторонами відповідно до вимог «Глобальної ініціативи звітності» (The Global Reporting Initiative – GRI) [10].

Отже, проаналізуємо діяльність одного з лідерів українського ринку пивобезалкогольної продукції – ПАТ «Оболонь». «Оболонь» об'єднує головний завод, два відокремлені цехи, два дочірніх підприємства та чотири підприємства з корпоративними правами. Загалом у корпорації працює близько 5,3 тис. людей [5].

Корпорація «Оболонь» першою серед підприємств харчової промисловості у 2008 році сертифікувала чотири системи управління одразу. Під час аудиту, який здійснюють представники німецької фірми «DEKRA-ITS», «Оболонь» щороку підтверджує відповідність вимогам ISO 9001 (Системи управління якістю) [7], ISO 22000 (Системи управління безпечністю харчових продуктів), ISO 14001 (Системи екологічного керування), OHSAS 18001 (Системи управління безпекою та гігієною праці).

Впровадження цих систем управління підтверджує той факт, що «Оболонь» піклується про споживачів, суспільство, стан навколишнього середовища та власний персонал. Завдяки виконанню всіх вимог споживач може бути впевненим в якості й безпечності продукції корпорації. Портфель брендів ПАТ «Оболонь» налічує 35 торгових марок: 11 торгових марок пива, 7 торгових марок слабоалкогольних напоїв, 7 торгових марок безалкогольних напоїв, 8 торгових марок води та 2 торгові марки снєків.

Варто зазначити, що обсяги виробництва продукції ПАТ «Оболонь» у 2010-2015 рр. суттєво зменшились. Виробництво пива у 2015 р. скоротилось на 45 млн. дал. (на 45,6%) у

порівнянні з 2010 р., обсяги виробництва безалкогольних напоїв за аналогічний період зменшились на 2,7 млн. дал. (на 14,7%), а виробництво мінеральної води і солоду за той же період скоротилось відповідно на 4,4 та 65,2 млн. дал. Зниження обсягів виробництва у 2015 р. пов'язано зі зниженням купівельної спроможності споживачів та втратою традиційних регіонів збуту – АР Крим та окремих районів Донецької та Луганської області (7% території збуту) внаслідок бойових дій на Сході країни та анексії АР Крим.

Корпорація “Оболонь” залишається єдиним великим гравцем пивного ринку з виключно українським капіталом і штаб-квартирою у Києві. Бренд “Оболонь” є другим за обсягом продажів пива в Україні із 27,7% ринку та лідером щодо експорту вітчизняного пива із часткою ринку – 49% (за підсумками 2015 року).

У зв'язку зі зниженням протягом 2014-2015 рр. купівельної спроможності споживачів та втратою традиційних регіонів збуту – АР Крим та окремих районів Донецької та Луганської області (7% території збуту) компанія закінчила 2015 рік із чистим збитком 335,53 млн. грн.

Корпорація “Оболонь” у 2018 році сплатила 1284,609 млн. грн. податків, акцизів та зборів, що на 24% більше, ніж у 2011 році. Чесна і прозора сплата податків завжди була принципом діяльності “Оболоні” у фінансовій сфері.

У 2018 р. в ПАТ «Оболонь» працювало 5296 осіб, що на 1003 особи менше, ніж у 2011 році. «Оболонь» – один із найбільших роботодавців у харчовій промисловості України. Компанія залучає працівників безпосередньо у містах і селах базування своїх виробництв. Підприємства корпорації формують дохідну частину місцевих бюджетів на території свого базування (табл. 1).

Таблиця 1

## Участь корпорації «Оболонь» у наповненні міських бюджетів

Міста присутності структур корпорації «Оболонь»	Участь корпорації у наповненні місцевого бюджету, % (2018 р.)
м. Київ	2,0
м. Севастополь	х
м. Олександрія	5,8
м. Коломия	11,5
м. Охтирка	11,8
м. Фастів	3,9
м. Красилів	10,8
м. Бершадь	3,3
смт. Чемерівці	9,0

*Джерело:* розраховано на основі даних ПАТ «Оболонь» [5].

В компанії «Оболонь» розроблена ефективна система комунікативних заходів з метою формування позитивного іміджу організації в очах основних зацікавлених сторін (табл. 2).

На основі зворотнього зв'язку зі стейкхолдерами (зацікавленими сторонами) – листи, зустрічі, дзвінки на гарячу лінію, повідомлення у соціальних мережах, репутаційне дослідження, скриньки довіри в офісах – компанія «Оболонь» виокремила перелік суттєвих питань: 1) фінансово-економічні результати; 2) трудові відносини: розвиток персоналу, безпека праці; 3) гендерна рівність; 4) якість і безпека продукції; 5) захист довкілля; 6) внесок у регіональну економіку; 7) корпоративне управління; 8) енергоефективність: повторне ресурсокористування, безвідходність; 9) соціальні інвестиції.

Таблиця 2

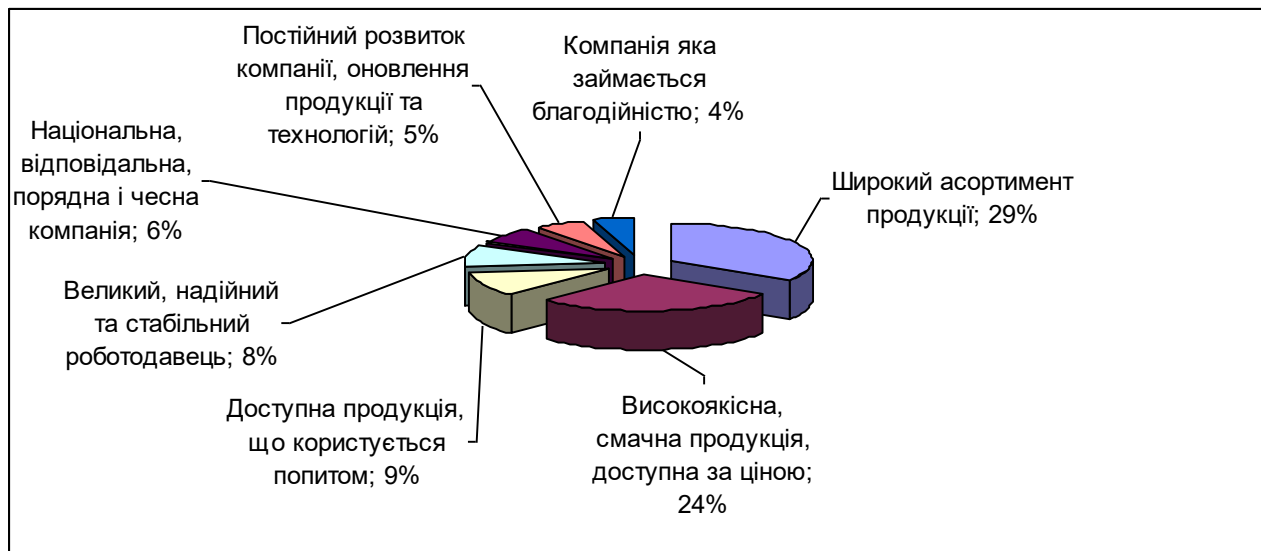
**Зацікавлені сторони ПАТ «Оболонь» та комунікативні інструменти, що використовуються для впливу на них**

№ з. п.	Зацікавлені сторони	Зобов'язання корпорації	Інструменти системи маркетингових комунікацій і їх частота
1.	<i>Акціонери:</i> власники акцій, банківські структури, інвестиційні фонди	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формування цінності корпорації</li> <li>• Своєчасне інформування</li> <li>• Контроль і запобігання ризикам</li> </ul>	Фінансова звітність (щорічно) Установчі зустрічі (щорічно/щоквартально) Офіційний веб-сайт корпорації Рейтинги зі сталого розвитку (щорічно)
2.	<i>Персонал:</i> співробітники, директори, профспілки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Безпека праці</li> <li>• Гідна зарплатня</li> <li>• Відсутність дискримінації та рівні права</li> <li>• Гендерна рівність</li> <li>• Інвестиції у професійний розвиток</li> <li>• Визнання результатів</li> </ul>	Дослідження, опитування (щорічно/за потребою) Фокус-групи (за потребою) Обмін фахівцями (за потребою) Співпраця з профспілкою (на постійній основі) Інtranет, корпоративні ЗМІ (щоденно/щоквартально)
3.	<i>Споживачі:</i> вітчизняні та міжнародні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Якість продукції</li> <li>• Інновації</li> <li>• Відповідальне споживання</li> <li>• Доступ до інформації про продукцію, компанію</li> <li>• Соціальна відповідальність</li> </ul>	Корпоративний веб-сайт (щоденно) Соціальні медіа (щоденно) Реклама Гаряча лінія (щоденно) Експериментальна програма Дослідження (за потребою)
4.	<i>Місцеві громади:</i> населення регіонів, де знаходяться підприємства, громадські організації, фонди, об'єднання, асоціації	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Створення робочих місць і сплата податків</li> <li>• Захист довкілля</li> <li>• Соціальні та культурні проекти</li> <li>• Розвиток волонтерських проектів</li> <li>• Партнерство</li> </ul>	Зустрічі, пряма комунікація, проекти (за потребою) Експериментальні на виробництво (щоденно/за запитом) Звіт про сталий розвиток (щорічно) Корпоративний веб-сайт, соціальні мережі (щоденно)
5.	<i>Органи влади та ЗМІ:</i> галузеві органи та організації, медіа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Надання інформації про діяльність</li> <li>• Сплата податків</li> <li>• Дотримання законів</li> <li>• Вчасне виконання запитів</li> </ul>	Прес-релізи, коментарі (за потребою) Прес-конференції (за потребою) Представленість у керівних органах Звітність (щорічно/ щоквартально) Соціальні медіа (щоденно)
6.	<i>Партнери та фінансові установи:</i> постачальники, дистрибутори, банки	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Чесна конкуренція</li> <li>• Прозорі закупівлі</li> <li>• Етична поведінка</li> <li>• Виконання угод і зобов'язань</li> <li>• Дотримання гарантій</li> <li>• Антикорупційні процедури</li> </ul>	Офіційний веб-сайт Звіт про сталий розвиток (щорічно) Робочі зустрічі, презентації (за потребою) Галузеві виставки (щорічно/за потребою)

Джерело: сформовано авторами за даними ПАТ «Оболонь» [8].

«Оболонь» у 2018 році провела друге репутаційне дослідження, яке тривало протягом липня-вересня. Його метою був збір інформації про корпорацію серед споживачів, партнерів і працівників. На основі отриманих даних був проведений детальний аналіз корпоративного образу у свідомості даних цільових груп. Пропонуємо результати дослідження репутації

корпорації «Оболонь» серед дорослого населення України (жовтень 2018 р., вибірка 907 осіб). «Оболонь» є лідером за рівнем знання і одна з найбільших компаній, лідер галузі на думку майже 40% опитаних. У своєму ставленні до «Оболоні» споживачі є традиційно позитивними. «Оболонь» – назва, відома практично кожному з опитаних, однак знання про компанію переважно поверхневі. У сприйнятті споживачів «Оболонь» – українська компанія, перш за все – виробник пива (рис. 1).



**Рис. 1. Переваги які споживачі найбільше цінують в компанії «Оболонь»**

*Джерело:* побудовано авторами за даними ПАТ «Оболонь» [5].

Принципами корпоративної соціальної відповідальності, якими керується в своїй діяльності ПАТ «Оболонь» є:

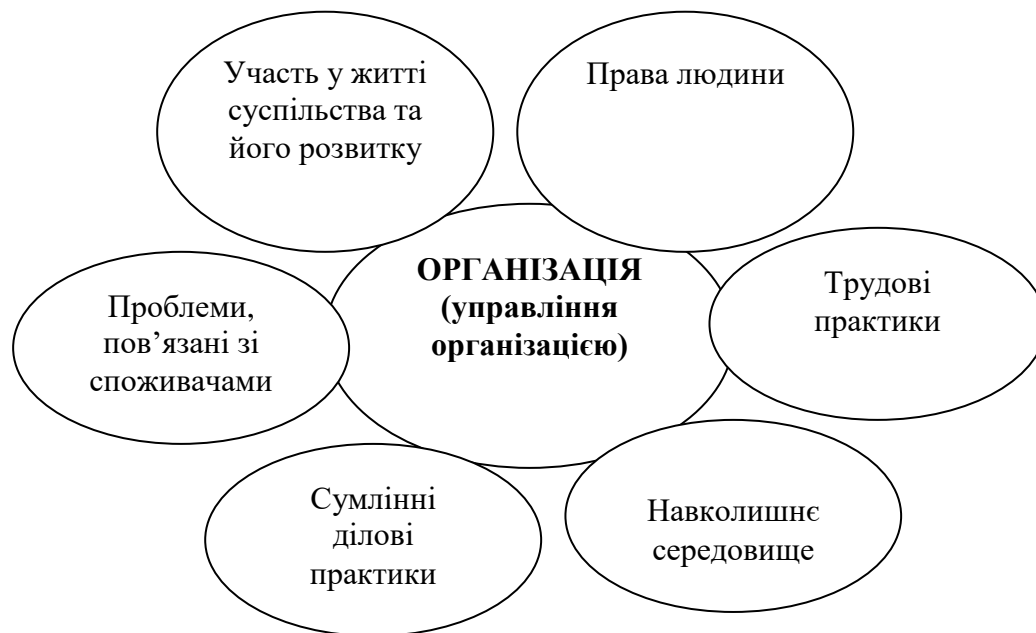
- чесність і сумлінність у відносинах всередині товариства;
- порядність у відносинах із клієнтами та діловими партнерами;
- повага до особистості й дотримання прав людини;
- прозорість і відкритість;
- неприйняття хабарництва і протидія корупції;
- сталий розвиток і соціальна відповідальність;
- законність і верховенство права;
- лідерство – сміливо та безкомпромісно вести нашу команду до безумовної першості на ринках, де представлена продукція акціонерного товариства;
- відповідальність – постійне усвідомлення значення своєї діяльності і наслідків за усі дії;
- інноваційність – постійне прагнення досконалості шляхом використання новітніх підходів до роботи;
- усвідомлення своєї відповідальності перед суспільством за збереження навколишнього середовища і розглядає свою діяльність в області охорони навколишнього середовища як невід’ємну частину успішного ведення бізнесу і обов’язкову умову для досягнення своїх стратегічних цілей.

Варто зазначити, що ПАТ «Оболонь» системно працює над формуванням позитивного іміджу та запроваджує у свою повсякденну діяльність принципи корпоративної соціальної відповідальності, що закладені у міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» («Guidance on Social Responsibility») [10].

Проаналізуємо основні складники корпоративної соціальної відповідальності, що закладені у міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» (рис. 2).

Від початку діяльності однією з головних цілей корпорації «Оболонь» є ефективна взаємодія із зацікавленими сторонами. Цей процес включає в себе партнерство і формальні домовленості про консультації і звітність, а також – менш формальні, але важливі відносини з групами та особами, зацікавленими у діяльності компанії або її підприємств.

Основними зацікавленими сторонами ПАТ «Оболонь» є: акціонери (власники акцій, банківські структури, інвестиційні фонди); персонал (співробітники, директори, профспілки); споживачі (вітчизняні та міжнародні); місцеві громади (населення регіонів, де знаходяться підприємства, громадські організації, фонди, об'єднання, асоціації); органи влади та ЗМІ (галузеві органи та організації, медіа); партнери та фінансові установи (постачальники, дистрибутори, банки) [5].



**Рис. 2. Основні аспекти соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» згідно з міжнародним стандартом ISO 26000 «Настанови щодо соціальної відповідальності»**

*Джерело:* побудовано авторами на основі [4].

Із метою забезпечення належного рівня корпоративної соціальної відповідальності ПАТ «Оболонь» ми пропонуємо комплекс заходів:

- *корпорація* (розширення експорту на ринках країн Азії та Африки; впровадження Програми дій «Пряма мова» для регулярних зустрічей персоналу з виконавчою дирекцією; розширення проекту екскурсій «Відкрита Оболонь» та збільшення відвідувачів на 10%; обговорення пілотного документу «Політика співпраці з постачальниками»; розширення мережі закладів фірмової торгівлі — на 10%);

- *виробництво (трудові практики)* (впровадження системи ReCon з повернення енергії при газифікації скрапленої вуглекислоти; зовнішній аудит інтегрованої системи управління компанією DEKRA Certification Kft; розширення потужностей для зберігання ячменю і солоду);

- *люди (права людини)* (перегляд і оновлення «Етичного кодексу»; організація регулярних поїздок співробітників на регіональні підприємства; посилення внутрішніх комунікацій з популяризації здорового способу життя (встановлення велопарковок на усіх 10 підприємствах корпорації); фіналізація проекту «Знову для роботи» для працівників із сімейними обов'язками);

- *екологія (навколишнє середовище)* (досягнення вторинної переробки ресурсів на рівні 98%; поступове збільшення використання альтернативної енергії: 10% у структурі енергоспоживання; запровадження виробництва нових видів продукції з переробленої ПЕТ-упаковки);

- *суспільство* (оновлення програми «Споживай відповідально» відповідно до змін у законодавстві; посилення співпраці з вищими навчальними закладами; участь студентів у навчально-виробничій практиці — ріст на 10%; збільшення інвестицій у спонсорство і благодійність (культурно-освітні проекти; допомога соціально незахищеним прошаркам населення; сприяння відродженню духовності та історичної спадщини; розвиток спорту); участь у наповненні міських бюджетів).

**Висновки.** В основі діяльності ПАТ «Оболонь» – розуміння того, що вона повинна відповідати інтересам і потребам суспільства. Відповідаючи за якість своєї роботи, дотримуючись корпоративних норм, економно та ефективно використовуючи ресурси, а також зберігаючи чистоту довкілля, компанія несе відповідальність перед споживачами, персоналом, суспільством та іншими зацікавленими сторонами. Отже, ПАТ «Оболонь» є соціально відповідальною компанією, яка неухильно дотримується принципів корпоративної соціальної відповідальності у своїй повсякденній діяльності.

Разом з тим, до теперішнього часу при просуванні принципів корпоративної соціальної відповідальності в Україні основний акцент все ще робиться на спеціальні соціальні акції компаній, без належного інформування громадськості про задоволення ними зацікавлених сторін в результаті професійної діяльності. При цьому висвітлюється, переважно, досвід дуже вузького кола великих компаній (часто іноземних) з просунутими системами менеджменту, здатними продемонструвати свої соціальні проекти. Велика увага приділяється соціальним звітам, за якими, на жаль, складно визначити чи дійсно компанія є соціально відповідальною перед усіма зацікавленими сторонами. Адже, можна добре описати соціально орієнтовані проекти і, при цьому, задовольняти не всі зацікавлені сторони: мати обґрунтовані претензії від споживачів, незадоволений персонал або приховувати доходи і не платити податки до держбюджету і т.п.

Таким чином, проблема впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах є досить нагальною та потребує подальших поглиблених досліджень.

#### Список використаних джерел

1. Калита П. Я. Грани качества. Лирика. Публицистика. К.: Украинская ассоциация качества, 2014. 366 с.
2. Маматова Т. В. Возможности застосування міжнародних стандартів у сфері корпоративної соціальної відповідальності в системі соціальної безпеки людини і суспільства. *Пробл. упр. соц. і гуманіт. розвитком: матеріали III регіон. наук.-практ. конф., м. Дніпропетровськ, 26 листоп. 2009 р.* Д.: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 85–88.
3. Маматова Т. В. Міжнародні стандарти корпоративної соціальної відповідальності: механізм адаптації для органів державного контролю України [Електронний ресурс]. URL: [http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010\\_01%284%29/10mtvdku.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_01%284%29/10mtvdku.pdf) (дата звернення: 14.02.2018).
4. Міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Настанови щодо соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (дата звернення: 18.02.2018).
5. Офіційний сайт ПАТ „Оболонь” [Електронний ресурс]. URL: <http://www.obolon.ua/> (дата звернення: 15.03.2018).
6. Офіційний сайт Міжнародної організації зі стандартизації (ISO) [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.html> (дата звернення: 20.03.2018).

7. Управление с целью достижения устойчивого успеха организации. Подход с позиций менеджмента качества: ISO 9004:2009 [Електронний ресурс]. URL: [http://www.pqm-online.com/translations/ISO\\_9004-2009\\_%28PQM%29.pdf](http://www.pqm-online.com/translations/ISO_9004-2009_%28PQM%29.pdf) (дата звернення: 20.03.2018).
8. Сталий розвиток корпорації «Оболонь». Офіційний звіт за 2015 рік [Електронний ресурс] – URL: [http://report.obolon.ua/img/Obolon\\_AnnualReport-2015\\_ua.pdf](http://report.obolon.ua/img/Obolon_AnnualReport-2015_ua.pdf) (дата звернення: 24.03.2018).
9. Bondy K. Institutions and agency in CSR strategy: an empirical investigation of development and implementation. *Thesis subm. to the University of Nottingham for the PhD degree*. Nottingham, UK, 2008. 451 p.
10. GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/How-To-Use-the-GRI-Guidelines-In-Conjunction-With-ISO26000.pdf> (дата звернення: 28.03.2018).

### References

1. Kalita P. Y. (2014). *Facets of quality. Lyrics. Publicism*. Ukrainian Association of Quality, Kyiv, 366 (in. Ukr).
2. Mamatova T. V. (2009). Possibilities of application of international standards in the field of corporate social responsibility in the system of social security of man and society. *Issues of managing the social and humanitarian development: materials of the III regional scientific and practical conference, Dnipropetrovsk city, 26 November 2009*. DRIPA of the NAPA, Dnipro, 85–88.
3. Mamatova T. V. (2010). International standards of corporate social responsibility: the mechanism of adaptation for the bodies of state control of Ukraine. Retrieved from: [http://www.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010\\_01%284%29/10mtvdku.pdf](http://www.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_01%284%29/10mtvdku.pdf) (Accessed: 14.02.2018).
4. International standard ISO 26000:2010 “Guidelines for social responsibility”. Retrieved from: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en> (Accessed: 18.02.2018).
5. Official website of the JSC “Obolon” (2018). Retrieved from: <http://www.obolon.ua/> (Accessed: 15.03.2018).
6. Official website of the International Organization for Standardization (ISO) (2018). Retrieved from: <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.html> (Accessed: 20.03.2018).
7. Governance with the purpose to achieve sustainable success of an organization. Approach from the perspective of quality management: ISO 9004:2009 (2009). Retrieved from: [http://www.pqm-online.com/translations/ISO\\_9004-2009\\_%28PQM%29.pdf](http://www.pqm-online.com/translations/ISO_9004-2009_%28PQM%29.pdf) (Accessed: 20.03.2018).
8. Sustainable development of the corporation “Obolon”. Official report for 2015. Retrieved from: [http://report.obolon.ua/img/Obolon\\_AnnualReport-2015\\_ua.pdf](http://report.obolon.ua/img/Obolon_AnnualReport-2015_ua.pdf) (Accessed: 24.03.2018).
9. Bondy K. (2008). Institutions and agency in CSR strategy: an empirical investigation of development and implementation. *Thesis subm. to the University of Nottingham for the PhD degree*. Nottingham, UK, 451.
10. GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000. Global Reporting Initiative (2018). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/How-To-Use-the-GRI-Guidelines-In-Conjunction-With-ISO26000.pdf> (Accessed: 28.03.2018).

#### **ZBARSKYI Vasyl**

Doctor of economic sciences, professor,  
professor of marketing  
and international trade department,  
National University of Life  
and Environmental Sciences of Ukraine,  
Kyiv, Ukraine

#### **OVADENKO Viktoriia**

Postgraduate of marketing  
and international trade department,  
National University of Life  
and Environmental Sciences of Ukraine,  
Kyiv, Ukraine



## FEATURES OF IMPLEMENTATION THE MODERN PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON UKRAINIAN ENTERPRISES

**Introduction.** *The state of the non-alcoholic beverage market in Ukraine requires companies to form a demand not only to establish constructive relations with customers, dealers and suppliers, but also to work closely with the public, ie to form a circle of interested potential consumers, while strictly adhering to the principles of corporate social responsibility.*

**The purpose** of the article is to analyze the main aspects of corporate social responsibility of Obolon PJSC on the basis of the requirements of the international standard ISO 26000: 2010 "Guidance on social responsibility", to develop the socio-economic characteristics of PJSC "Obolon", to form a system of measures for corporate social responsibility of Obolon PJSC in order to ensure a positive image of the company.

**Methods.** *To achieve this goal, methods were used: analysis and synthesis (to study the processes of corporate solidarity), statistical (to analyze the main aspects of corporate social responsibility based on the requirements of the international standard ISO 26000: 2010), comparative analysis (to analyze the quality and safety management systems food), empirical (on a comprehensive assessment of the current state of corporate joint and several liability at Obolon PJSC) and abstract-logical (for generalization conclusions and formulating proposals).*

**Results.** *In the course of the study of corporate solidarity responsibility of Obolon PJSC, the understanding that it should meet the interests and needs of society was revealed. Responsible for the quality of its work, adhering to corporate standards, cost-effective and efficient use of resources, and maintaining the cleanliness of the environment, the company is responsible to consumers, staff, society and other stakeholders.*

**Originality.** *The stages of development of theoretical understanding and extension of the thematic framework of the phenomenon "corporate social responsibility" are considered. The influence of corporate social responsibility practices on the socio-economic development of organizations is revealed. The factors that determine the impact of this public institute on the socio-economic development of organizations are investigated. The tendencies of development of the theory of corporate social responsibility and lessons for practice of social activity are separated. Obolon PJSC's specific data analyzes the main aspects of corporate social responsibility on the basis of the requirements of the international standard ISO 26000: 2010 Guidelines on social responsibility. The socio-economic characteristics of Obolon PJSC have been formed. The main directions of corporate social responsibility, the status and effectiveness of activities for ensuring corporate social responsibility of Obolon PJSC are analyzed.*

**Conclusion.** *The main internal and external stakeholders of Obolon PJSC have been identified and communication tools have been developed to influence them. A detailed analysis of compliance with all components of corporate social responsibility in Obolon PJSC is carried out. The system of measures on formation of corporate social responsibility of Obolon PJSC is offered in order to ensure a positive image of the enterprise. It is established that Obolon PJSC is a socially responsible company that strictly adheres to the principles of corporate social responsibility in its daily activities.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Sustainable Development, International Standard ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility, brewing enterprises, Obolon PJSC, stakeholders, main aspects of social responsibility, Global Reporting Initiative (GRI).*

Одержано редакцією: 24.09.2019  
Прийнято до публікації: 30.10.2019