

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
MYKOLAIV NATIONAL AGRARIAN UNIVERSITY



Modern Economics

Electronic Scientific Edition on Economics

Issued 6 times per year

Issue 1 (2017)

Mykolaiv
2017

Founder: Mykolaiv National Agrarian University.

Editor-in-Chief: SHEBANIN V. S. - Doctor of Sciences (Engineering), Professor, Academician of NAAS.

Vice Editor-in-Chief: SIRENKO N. M. - Doctor of Sciences (Economics), Professor.

Responsible Secretary of the Edition: POLTORAK A. S. - Ph.D. (Economics).

Editorial Board: NOVIKOV O. Ye. - Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor; POTRYVAEVA N. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; VYSHNEVSKA O. M. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; BANIEVA I. O. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; BARANOVA V. G. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; HAVRYSH V. I. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; HARKUSHA O. M. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; HONCHARENKO I. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; HUDZYNSKYI O. D. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; DUBININA M. V. - Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor; YERMAKOV O. I. U. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; IRTYSHCHEVA I. O. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; KISHCHAK I. T. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; KOTYKOVA O. I. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; KLIUCHNYK A. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; KSIONGHYK I. V. - Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor; POHRISHCHUK B. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; SAKHATSKYI M. P. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; USHKARENKO I. U. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; CHERVEN I. I. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; SHEBANINA O. V. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; YATSENKO V. M. - Doctor of Sciences (Economics), Professor; BABENKO M. D. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; BARYSHEVSKA I. V. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; BURKOVSKA A. V. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; VOLOSIUK U. V. - Ph.D. (Engineering), Associate Professor; KLOCHAN V. P. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; KOZACHENKO L. A. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; KUZIOMA V. V. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; LUNKINA T. I. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; MELNYK O. I. - Ph.D. (Economics); SYRTSEVA S. V. - Ph.D. (Economics); CHEBAN U. U. - Ph.D. (Economics), Associate Professor; SHYSHPANOVA N. O. - Ph.D. (Economics); ASTAFIEVA V. O. - Ph.D. (Economics), Associate Professor (Belarus Republic); DZHULIIA OLBRAIT - Ph.D. (Economics), Professor (USA).

Recommended for the Internet and distributed by the Scientific Council of Mykolaiv National Agrarian University (min. # 8, 28.03.2017).

Issued 6 times per year

No part of any article can be published without reference to the journal
The Editorial Board will not always share the viewpoints of the authors.

Editorial Office Address: 9, Georgii Gongadze Str., 54020, Mykolaiv, Ukraine
Mykolaiv National Agrarian University
tel. 0 (512) 58-03-25
www.modecon.mnau.edu.ua
e-mail: modecon@mnau.edu.ua

© Mykolaiv National
Agrarian University, 2017

УДК 332.025.12:330.131.5

Лункіна Т. І., кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

Власюк І. М., здобувач вищої освіти обліково-фінансового факультету, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) бізнесу є основною передумовою для формування стратегії сталого розвитку. У статті визначені умови, у яких формувалась корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні. Досліджено рівень поінформованості про поняття «соціальна відповідальність» серед представників бізнесу в Україні. Проаналізовано динаміку приєднання українських компаній до Глобального договору ООН за 2006-2015 рр. Визначено наявні перешкоди у розвитку соціальної відповідальності українського бізнесу. Вказано основні рекомендації, які допоможуть залучити нові підприємства до активної участі у відповідальному ставленні до планети, людини, прибутку.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, характеристики соціальної відповідальності, вітчизняна модель КСВ.

Лункина Т. И., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования, Николаевский национальный аграрный университет, г. Николаев, Украина

Власюк И. М., соискатель высшего образования учетно-финансового факультета, Николаевский национальный аграрный университет, г. Николаев, Украина

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса является основной предпосылкой для формирования стратегии устойчивого развития. В статье определены условия, в которых формировалась корпоративная социальная ответственность бизнеса в Украине. Исследован уровень осведомленности о понятии «социальная ответственность» среди представителей бизнеса в Украине. Проанализирована динамика присоединения украинских компаний к Глобальному договору ООН за 2006-2015 гг. Определены имеющиеся препятствия в развитии социальной ответственности украинского бизнеса. Указаны основные рекомендации, которые помогут привлечь новые предприятия к активному участию в ответственном отношении к планете, человеку, прибыли.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, характеристики социальной ответственности, отечественная модель КСО.

Lunkina Tetyana, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Mykolayiv national agrarian university, Mykolayiv, Ukraine

Vlasyuk Iryna, scientific degree applicant higher education accounting and Finance faculty, Mykolayiv national agrarian university, Mykolayiv, Ukraine

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BUSINESS IN UKRAINE: CURRENT STATE AND AREAS OF IMPROVEMENT

Corporate Social Responsibility (CSR) business is a fundamental prerequisite for the formation of a strategy for sustainable development. The article defines the conditions under which formed corporate social responsibility in Ukraine. The level of awareness of the concept of "social responsibility" of businesses in Ukraine. The dynamics of Ukrainian companies joining the UN Global Compact for the 2006-2015 rr. Determined existing obstacles in the development of social responsibility of Ukrainian business. The specified key recommendations, which will attract new companies to actively participate in the responsible attitude to the world, a man, a profits.

Keywords: corporate social responsibility, corporate social responsibility, social responsibility characteristics, the domestic model of CSR.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку суспільства відбуваються суттєві зміни у соціальній та економічній сферах. Як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках зростає рівень конкуренції, яка змушує підприємства знаходити способи оптимізації як внутрішнього, так і зовнішнього середовища з метою максимально ефективного використання своїх можливостей та мінімізації загроз. У світі все більш загострюються та стають актуальними проблеми зайнятості населення, соціальна нестабільність, погіршення стану навколишнього середовища. Тому корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає одним із найважливіших напрямів ринкової економіки. Дані зміни викликають необхідність розробки концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, яка буде адаптована до умов економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливий внесок у дослідження розвитку соціальної відповідальності бізнесу зробили такі вчені, як: М. Альбер, Г. Боуен, Дж. Грейсон, К. Девіс, А. Матіс, П. Дракер, А. Карр, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Портер, М. Фрідмен, Р. Фрімен, Ф. Хайек та інші. Важливий внесок у розробку теоретико-прикладних аспектів соціальної

відповідальності та її державного регулювання зробили такі вітчизняні вчені, як: О. Грішнова, А. Колот, Н. Сіменко, Н. Супрун, І. Царик та інші.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація наукових поглядів на процес розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та виявлення основних його тенденцій в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній і екологічній сферах, пов'язаних з основною діяльністю підприємства або тими, що виходять за рамки певного мінімуму [1].

КСВ – це відповідальність компанії за вплив її рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки та інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах [12].

Соціальна відповідальність як підхід до справ бізнесу має наступний набір характеристик:

1. СВБ – це добровільний вибір компанії, в умовах зростання конкуренції й зниження довіри до бізнесу.

2. СВБ включає всіх членів місцевого суспільства: бізнес, ЗМІ, владу, населення, інвесторів та ін.

3. СВБ – це не засіб вирішення проблем суспільства за рахунок бізнесу, а засіб участі в розвитку того середовища, де працює бізнес [11].

Перше комплексне соціологічне дослідження під назвою «Соціальна відповідальність українського бізнесу» було проведено за ініціативи системи Організації Об'єднаних Націй в Україні у 2005 році і включало вивчення такого комплексу питань, як розуміння та ставлення українських підприємств до корпоративної соціальної відповідальності, практика соціальної відповідальності, соціальна відповідальність і стратегія компанії, основні партнери у розвитку соціальної відповідальності, стимули і перешкоди на шляху розвитку

соціальної відповідальності, перспективи розвитку КСВ, характеристики компаній, які впроваджують соціальну відповідальність у свою діяльність [5].

Рівень поінформованості про поняття «соціальна відповідальність» серед представників бізнесу в Україні є достатньо високим: 78,1% – знають, 21,9% – ні. Серед поінформованих кількість малих, середніх та великих підприємств приблизно однакова. У галузевому розрізі найменша поінформованість – серед підприємств транспорту (52,9%) та підприємств з надання побутових і комунальних послуг (57,5%), найбільша – серед компаній із надання фінансових послуг (94%), виробництва промислових товарів (84,5%) і підприємств сфери торгівлі (83,2%) [2].

Станом на 01.12.2015 року в Україні зареєстровано 1 117 054 суб'єкти господарювання зі статусом юридичної особи, з них офіційно 292 соціально відповідальних компаній – це мізерна частка – тільки близько 0,03% усіх підприємств України [7].

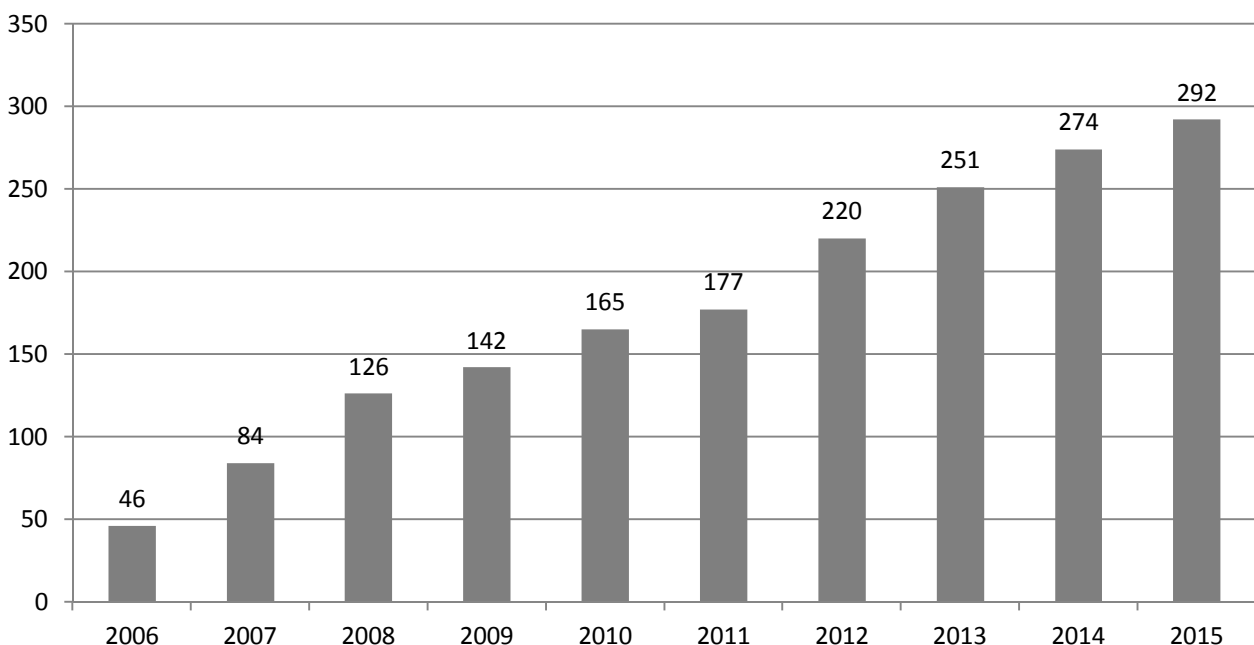


Рисунок 1 – Динаміка приєднання українських компаній до Глобального договору ООН протягом 2006 – 2015 років, одиниць

Джерело: побудовано відповідно до даних Офіційного сайту мережі ГД ООН в Україні [8]

Прослідкувавши динаміку приєднання українських компаній до Глобального договору ООН, бачимо, що з кожним роком кількість соціально відповідальних компаній збільшується, але це дуже мала частка серед усіх підприємств країни.

Функціонування інституту КСВ в українському суспільстві має свої соціально-економічні особливості, унаслідок чого більшість компаній схильні приховувати свої соціально відповідальні практики або вважають розкриття інформації про них необов'язковим. Це суперечить підходам, які склались у світі, адже прозорість інформації про КСВ діяльність є одним із важливих принципів її здійснення. Очевидно, що існує кілька причин такої ситуації у середовищі українського бізнесу. Перш за все, українські компанії відчують негативне ставлення до себе, що виявляється у сприйнятті суспільством бізнесу не як повноправного партнера, який створює цінність і допомагає вирішувати проблеми громади, а як багатія, який наживається на чужих проблемах. Також важливою причиною не публічності фірм у сфері КСВ діяльності є справедливий побоювання, що соціально відповідальні заходи будуть сприйняті як свідчення приховування компанією прибутку. А це, у свою чергу, приверне увагу податкових органів і стане підставою для проведення позачергових перевірок та органів місцевої влади, які будуть чинити тиск на підприємство і змушувати його взяти на себе додатковий фінансовий тягар у вирішенні проблем місцевого рівня [3].

Досить вагомими перешкодами у розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні є наявні фінансові труднощі та відсутність національного законодавства у сфері регулювання КСВ [10].

Відповідно до матриці бізнес-можливостей соціальної відповідальності (SustainAbility International 2004) для компаній країн, що розвиваються, виділяються наступні бізнес вигоди від використання практик КСВ у своїй діяльності:

– розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів;

– формування позитивного іміджу компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків;

– удосконалення виробничих процесів – зростання продуктивності праці, ріст прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування;

– стабільність трудових ресурсів;

– ефективний ризик – менеджмент;

– залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми КСВ для відповідальних бізнес-лідерів [6].

Бізнес відіграє важливу роль у розвитку країни, але сьогодні Україна потребує, як ніколи раніше, бізнесу на рівні формування та впровадження цінностей, бізнесу, де корпоративна соціальна відповідальність є частиною бізнес-стратегії. На жаль, сьогодні таких компаній все ще є небагато [4].

Учасники експертної організації Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» розробили рекомендації, які допоможуть залучити нові компанії до активної участі у відповідальному ставленні до планети, людини, прибутку – трьох основних китів КСВ. Розроблені рекомендації відображають роль різних стейкхолдерів у розвитку КСВ, таких як:

1) Роль держави:

1. Провайдер послуг (державна має бути взірцем прозорості та впроваджувати соціальні та екологічні політики):

1.1. впровадження критеріїв КСВ при здійсненні державних закупівель;

1.2. запровадження системи грантів та субсидій з метою заохочення КСВ;

1.3. спрощення реєстраційних процедур та стимулювання компаній щодо впровадження КСВ.

2. Регулятор:

2.1. розроблення національної політики з КСВ для державних компаній, що мають стати взірцем для приватних компаній;

2.2. прийняття стратегії сталого розвитку у відповідності до пріоритетів 2020;

2.3. розробити КСВ-тест та приймати всі рішення після КСВ-тестування;

2.4. дослідження іноземного досвіду та розробка навчальних програм.

3. Центр координації, платформа для діалогу між бізнесом та іншими стейкхолдерами:

3.1. проведення діалогів із різними стейкхолдерами з питань КСВ;

3.2. сприяння обміну кращими практиками та поширення успішних прикладів на всіх рівнях;

3.3. розвиток потенціалу інших стейкхолдерів (громадських організацій, університетів, бізнес-асоціацій) щодо просування КСВ і допомоги бізнесу.

2) Роль бізнесу. Бізнес має спрямувати свої зусилля на впровадження КСВ як всередині компанії, так і за її межами. Бізнес також має відігравати чітку роль у створенні порядку денного з КСВ, як і громадські організації, виконуючи наступні функції:

1. Інтеграція всередині компанії:

1.1. КСВ має стати частиною бізнес-стратегій із підтримкою власниками і топ-менеджментом (публічна презентація першою особою) та формуванням КСВ цілей;

1.2. орієнтація на різноманітні міжнародні документи (міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, керівництво ОЕСР для транснаціональних компаній, Глобальний договір ООН, Глобальна ініціатива зі звітності GRI, та інші);

1.3. створення робочого комітету з КСВ, з описом ролі кожного підрозділу у впровадженні КСВ;

1.4. впровадження критеріїв тендерних закупівель;

1.5. забезпечення різноманітних каналів внутрішньої комунікації, в т.ч. розміщення КСВ інформації на сайті;

1.6. розвиток корпоративного волонтерства через підтримку індивідуальних та колективних ініціатив співробітників;

1.7. формування системи оцінки, моніторингу та підзвітності з КСВ.

2. Поширення КСВ за межами компанії:

2.1. компанії повинні працювати з бізнес-асоціаціями;

2.2. ініціювати багатостороннє соціальне партнерство;

2.3. популяризація власних кращих практик;

2.4. залучення громадських організацій до процесів прийняття рішень;

2.5. створення платформи для обміну практиками та знаннями з громадськими організаціями.

3. Робота з постачальниками та малим та середнім бізнесом:

3.1. використання майданчиків бізнес-асоціацій для знайомства з малим і середнім бізнесом;

3.2. проведення семінарів та тренінгів з питань, як стати постачальниками компанії;

3.3. формування прозорих тендерних процедур, у тому числі надання переваги відповідальним постачальникам за однакових цінових пропозицій;

3.4. надання методичної та організаційної допомоги з питань розробки КСВ постійним постачальникам;

3.5. розвиток підприємництва, в т.ч. соціальних підприємств.

3) Роль бізнес-асоціацій:

1. розробка рекомендацій із впровадження КСВ та сприяння дотриманню стандартів КСВ компаніями-членами;

2. лобювання урядових структур щодо впровадження критеріїв КСВ при здійсненні державних закупівель (за інших рівних можливостей) та участь у контролі за діями влади (спільно з неурядовими організаціями);

3. проведення тренінгів з КСВ та посилення ролі менеджерів з КСВ у функціонуванні компанії;

4. організація конкурсів та ініціювання обговорень з КСВ питань;

5. формування майданчику для співпраці великих компаній і малого та середнього бізнесу.

4) Роль громадських асоціацій:

1. сприяння розвитку відповідальної журналістики;
2. організація контролю за дотриманням стандартів та нормативів з КСВ на рівні суспільства;
3. формування громадської думки щодо репутації компаній та просування цінностей КСВ в маси;
4. забезпечення прозорості діяльності організації через розміщення у відкритому доступі інформації щодо місії та діяльності громадських організацій;
5. партнерство з бізнесом та іншими громадськими організаціями у реалізації важливих проектів.

5) Роль донорів. Враховуючи нестабільні часи та відсутність фінансування, велика частина відповідальності за розвиток КСВ і підтримку різноманітних ініціатив покладається на донорів. Донори можуть підтримати наступні ініціативи:

1. організація КСВ клубу топів, де останні могли обмінюватись думками щодо КСВ питань;
2. реалізація освіти з КСВ для топів неукраїнських компаній;
3. проведення тренінгів з КСВ;
4. поширення іноземного досвіду та підтримка програм стажування з КСВ за кордоном для власників бізнесу та суспільних діячів;

5. надання субсидій та грантів малому та середньому бізнесу щодо впровадження КСВ, створення центрів підтримки та розвитку підприємництва [9].

Висновки дослідження. На сьогоднішній день в Україні відсутні будь-які закони регулювання сфери соціальної відповідальності бізнесу. Це означає, що на державному рівні координації КСВ у нашій країні немає. Ключовою проблемою регулювання КСВ є впровадження та виконання вимог чинного законодавства сфери соціально відповідальної поведінки бізнесу для формування та розвитку вітчизняної моделі КСВ на засадах стратегічного партнерства влади та бізнесу.

Формування та розвиток вітчизняної моделі КСВ дозволить гармонізувати цілі соціальної політики держави та бізнес цілі компаній українського бізнес-середовища. За умов підтримки держави, наслідування досвіду успішних практик КСВ міжнародних і вітчизняних компаній партнерство держави та бізнесу перетвориться у потужний ресурс розвитку корпоративної соціальної відповідальності компанії перед навколишнім середовищем, суспільством, громадою, соціально незахищеними верствами населення, а значить у ресурс сталого розвитку.

Література:

1. Аделькин Ф. Результаты исследования социальной ответственности украинского бизнеса / Ф. Аделькин. – К. : Блакить, 2005. – 349 с.
2. Акімова І. Соціальна відповідальність українського бізнесу : результати опитування / І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна. – К. : ООН, 2013. – 53 с.
3. Баюра Д. О. Соціальна відповідальність як інструмент удосконалення корпоративного управління в Україні / Д. О. Баюра // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2012. – № 4. – С. 204-210.
4. Боднар О. А. Умови і чинники регулювання соціально-економічного розвитку / О. А. Боднар // Економічні науки. – 2014. – Випуск 11 (41). – С.52-59.
5. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України / О. А. Буян // Вісник Дніпропетровського університету. – 2012. – № 6(2). – С. 159-169.
6. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво – Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – №10. – С. 34-38.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Дата останнього доступу : 23.03.2017 р. – Назва з екрану.

8. Офіційний сайт мережі Глобального договору ООН в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>. – Дата останнього доступу: 23.03.2017 р. – Назва з екрану.
9. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/>. – Дата останнього доступу: 23.03.2017 р. – Назва з екрану.
10. Полторак А. С. Ефективне управління фінансовими ризиками в системі економічної безпеки України / А. С. Полторак, Ю. С. Тимошенко // *Агросвіт*. – 2015. – № 1. – С. 34-39.
11. Рамазанов А. Концепція корпоративної соціальної відповідальності / А. Рамазанов // *Проблеми теорії та практики управління*. – 2007. – № 3. – С. 38-46.
12. ISO – Management and Leadership Standards – ISO 26000 – Social Responsibility [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso.org/sr>. – Дата останнього доступу: 23.03.2017 р. – Назва з екрану.

References:

1. Adelkin, F. (2005), *Rezultaty yssledovanyia sotsyal'noj otvetstvennosti ukraynskoho byznesa* [Results of the study of social responsibility of Ukrainian business], Blakyt', Kyiv, Ukraine.
2. Akimova, I. Marcks, A. and Osinkina, O. (2013), *Sotsial'na vidpovidal'nist' ukrains'koho biznesu : rezul'taty opytuvannia* [Social responsibility of Ukrainian business: survey], OON, Kyiv, Ukraine.
3. Bayura, D. O. (2012), “Social responsibility as a tool for improving corporate governance in Ukraine”, *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky*, vol. 4, pp. 204-210.
4. Bodnar, O. A. (2014), “Conditions and factors regulating social and economic development”, *Ekonomichni nauky*, vol. 11 (41), pp. 52-59.
5. Byan, O. A. (2012), “Approaches to assessing corporate social responsibility of enterprises Ukraine”, *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu*, vol. 6 (2), pp. 159-169.
6. Vorobey, V. (2005), “Corporate social responsibility or profit?”, *Kyievo – Mohylians'ka Biznes Studiia*, vol. 10, pp. 34-38.
7. The official site of the State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 23 March 2017).
8. The official site of Global Compact in Ukraine, available at: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits> (Accessed 23 March 2017).
9. The official site of the Center “Corporate Social Responsibility”, available at: <http://csr-ukraine.org/> (Accessed 23 March 2017).
10. Poltorak, A. S. (2015), “Effective management of financial risk in the system of economic security of Ukraine”, *Agrosvit*, vol. 1, pp. 34-39.
11. Ramazanov, A. (2007), “The concept of corporate social responsibility”, *Problemy teorii ta praktyky upravlinnia*, vol. 3, pp. 38-46.
12. ISO – Management and Leadership Standards – ISO 26000 – Social Responsibility, available at: <http://www.iso.org/sr> (Accessed 23 March 2017).



C O N T E N T S

Baryshevska I. CONCEPTUAL BASIS FINANCIAL SUPPORT INNOVATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	5
Burkovska A., Mikuliak K. PREDICTION OF COMPETITIVENESS BANK IN THE CURRENT CONDITIONS	9
Demchenko O. MODERN PECULIARITIES OF ADMINISTRATION OF ENTERPRISE ACTIVITY: CREDIT AND FINANCIAL FACTORS	18
Lunkina T., Vlasyuk I. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BUSINESS IN UKRAINE: CURRENT STATE AND AREAS OF IMPROVEMENT	24
Melnik O. ASSESSMENT OF THE INFRASTRUCTURE TO SUPPORT INNOVATIVE BUSINESSES	31
Poltorak A., Polozenko V. EVALUATION OF THE STATUS INDICATORS OF THE TAX SECURITY OF UKRAINE IN THE SYSTEM OF FINANCIAL SECURITY	38
Ushkarenko Ju., Solovyov A. THE DEVELOPMENT OF THE COOPERATIVE ENTERPRISE AS OF THE AGRARIAN PRODUCTION STRUCTURE	45
Fedorchuk A. DEVELOPMENT OF MARKET INFRASTRUCTURE MATERIAL AND TECHNICAL RESOURCES FOR THE AGRARIAN SECTOR	53
Chmut A. HARMONIZATION, AS AN ECONOMIC CATEGORY	61
Shyshpanova N., Ivanov A. FINANCIAL MARKET OF UKRAINE: THE PRESENT STATE, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS	66
Shcherbina Ju., Mankuta A. THE VALUE ADDED TAX AND ITS ROLE IN THE FORMATION OF REVENUES OF THE STATE BUDGET OF UKRAINE	73