

## GOVERNANCE BY NATIONAL ECONOMY

DOI: 10.46340/eujem.2022.8.5.2

**Tetyana Nikolaychuk, PhD in Economics**

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6268-7723>

*Freiburg Institute for Advanced Studies (FRIAS) University of Freiburg, Germany  
Institute of market and economic & ecological research of the National Academy  
of Sciences of Ukraine, Odesa, Ukraine*

**Natalya Andryeyeva, Doctor of Economics**

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9960-559X>

*Institute of market and economic & ecological research of the National Academy  
of Sciences of Ukraine, Odesa, Ukraine*

### INSTITUTIONAL FRAMEWORK FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN PRACTICES: FEATURES OF THE PRACTICE OF FRG

**Тетяна Ніколайчук, к.е.н**

*Фрайбурзький інститут передових досліджень, Фрайбурзький університет, ФРН  
Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна*

**Наталія Андрєєва, д.е.н.**

*Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна*

### ІНСТИТУЦІЙНЕ ПІДРУНТЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК: ОСОБЛИВОСТІ ПРАКТИКИ ФРН

**Purpose:** The aim of the work is a comprehensive review of the features and prospects, the institutional framework, and the study of the best European practices for the development of socially responsible business (SRB) in the world (on the example of Germany) and in Ukraine (in the post-war period).

**Design/methodology/approach:** Corresponding socio-economic and environmental transformations require the development of new vectors of economic activity, which will combine traditional tasks (making a profit) and the interests of the region (local communities), which can be presented in the form of socially responsible business based on greening of the economy. A quantitative literature review (a meta-analysis) was conducted to investigate the market without inter-study differences. The comparative method was used to form the main vectors of socially responsible business and the adapting possibility of these tools to the Ukrainian economy.

**Findings:** The research conclusions based on the obtained data show that a socially responsible business can form both the most valuable route for the subject and a business strategy. The main vectors of innovative growth in the EU countries and the adapting possibility of these tools to the Ukrainian economy were formed by the comparative method. As a result of the study, the essence and role of protected areas in the system of balanced economic and environmental improvement of regions, environmentally oriented economic activity.

Practical implications: The paper has guided the institutional framework for socially responsible business growing.

Originality/value: The article could continue the assessment of the socially responsible business development's effectiveness in the conditions of the traditional market, conduct a comprehensive, deep, and scientific analysis of the post-war economic renovation system, provide practical business management and social responsibility of entrepreneurs for Ukrainian sustainable development.

**Keywords:** socially responsible business, economic activity, production green-washing, institutional support, sustainable development.

**Acknowledgement** (T. Nikolaychuk). This manuscript would not have been possible without the support of many people. I would like to express my sincere thanks and gratitude to The Institute for Advanced Studies (FRIAS) University of Freiburg, especially the Young Academy for Sustainability Research, for their willingness to support, for awarding me an Associated membership, which is providing me with the financial means to continue my research project.

**Постановка проблеми.** Соціально відповідальний бізнес (надалі – СВБ) на сьогоднішній день, є головним вектором підприємницької діяльності у багатьох країнах світу, оскільки поєднання інтересів бізнес-угруповань, населення та регіонів (територіальних громад, муніципалітетів) дозволяє забезпечити комплексний та сталий розвиток не тільки на регіональному рівні, але й на рівні всієї країни. Зазначимо що, інституційне підґрунтя для формування СВБ не забезпечує належний рівень комплексного розвитку відповідної форми підприємницької діяльності оскільки СВБ представляє собою не тільки інструмент досягнення суспільних цілей, таких як створення робочих місць, дотримання умов страхування персоналу та виробничих ланцюгів, але й також концептуальну філософію ведення господарської діяльності. Все це в подальшому передбачає подальший розвиток інституціонального базису, оптимальне фінансово-організаційне поєднання суспільно-економічних цілей за умов неухильного дотримання екологічних імперативів.

**Мета статті.** Метою роботи є усесторонній розгляд особливостей та перспектив, інституційного підґрунтя та дослідження найкращих європейських практик щодо становлення соціально відповідального бізнесу (СВБ) у світі (на прикладі Німеччини), та в Україні (у після військовий час).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Формування інституційного підґрунтя для розвитку соціально-відповідального бізнесу на засадах екологізації економіки почалось після приєднання України до Глобального договору Організації Об'єднаних Націй<sup>1</sup>, та формування загальнодержавної *Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року*<sup>2</sup>. На сьогоднішній день у світовій спільноті, в умовах сталого розвитку ринкової економіки та у зв'язку з бажанням суб'єктів підприємницької діяльності: до скорочення трансакційних витрат, отримання більших обсягів прибутку виникає питання до необхідності дотримання балансу інтересів підприємців та територіальних громад (населення регіону), вимог органів державної влади. Відповідні соціо-економічні та природоохоронні перетворення вимагають розвитку нових векторів господарської діяльності, які поєднували би у собі традиційні завдання (отримання прибутку) та соціо-еколого-економічні інтереси регіону (територіальних громад) та були представлені у формі моделей соціально відповідального бізнесу (далі – СВБ) на засадах екологізації економіки. Особливого значення впровадження моделей соціально відповідального бізнесу набуватиме в Україні у після військовий час. Реалізовано це може бути за допомогою міжнародних донорів. Велика кількість країн світу вже задекларувала бажання прийняти участь у відновленні економіки України та сталого розвитку бізнесу. Тому вже у сьогоднішній день дуже важливим є вивчення найкращих європейських практик та імплементація міжнародного досвіду у практичну площину українського бізнес-середовища.

<sup>1</sup> Global Compact (2000). *Newsletter Archiv* <<https://www.globalcompact.de/news/newsletter-archiv>> (2022, квітень, 10).

<sup>2</sup> *Розпорядження про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, 2020* (Кабінет Міністрів України). *Офіційний сайт Верховної Ради України* <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p?lang=en#Text>> (2022, квітень, 10).

Сучасні та іноземні науковці не мають єдиного погляду на сутність та основні ознаки, що притаманні СВБ. Так, Г. Тері<sup>1</sup> вважає, що соціальна відповідальність бізнесу пройшла чималий етап становлення, від звичайної благодійності (філантропії) до головної стратегії розвитку підприємницької діяльності.

Ян Ворінгтон, Мондел Рем, Харвіндер Бояр, Маянк Шах<sup>2</sup> розглядають систему соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням не тільки політико-економічних засад притаманних ринку, але й, етичних складових розвитку господарської діяльності на відповідній території. Крім того, Ян Ворінгтон<sup>3</sup> зазначає, що створення комплексного бізнес-кейсу може також бути інструментом розвитку соціальної відповідальності не тільки відповідно суб'єктів господарювання, а навіть окремих процесів, таких як закупівля товарів чи поставка.

Пірсі Найджел Ф., Лейн Нікала<sup>4</sup> стверджують, що ініціативи у галузі корпоративної соціальної відповідальності та імперативи стратегічного маркетингу мають формуватися як вектори однієї системи, що забезпечать розвиток інституту соціальної відповідальності як форми розвитку ринку та інноваційно-свідомої системи конкурентоздатності.

Бюлент Менгук та Люсі К.Озанн<sup>5</sup> вважають, що стратегія соціальної відповідальності бізнесу має формуватися як система компонентів, що розкривають її сутність. На думку авторів, модель соціально-екологічної орієнтації (NEO) складається з наступних елементів: свідоме підприємництво, корпоративна соціальна відповідальність, недопущення нанесення шкоди навколишньому середовищу.

На думку Сахелі Нат<sup>6</sup> корпоративна соціальна відповідальність повинна враховувати такий вектор діяльності суб'єктів господарювання, як інструмент соціально-відповідального інвестування, оскільки, це є перший етап побудови будь-якої бізнес-моделі. Отже, напрями інвестування, що не відповідають еколого-соціальним вимогам сьогодення, повинні ігноруватись ще на етапі планування. Кіт Девіс<sup>7</sup> вважає, що соціальна відповідальність суб'єктів господарювання залежить від обсягів їх соціально-економічної влади, що в свою чергу, формує різні форми менеджменту та зобов'язань перед державою, суспільством, громадами, тощо.

М. Руда, Т. Сухорольський, М. Боднар<sup>8</sup> у своїх дослідженнях зазначають, що система розвитку соціально відповідного бізнесу пов'язана з впровадженням інструментів корпоративної соціальної етики вітчизняними підприємцями.

Р.О. Костирко<sup>9</sup> пропонує сформувати систему моделей корпоративної соціальної відповідальності вітчизняної та зарубіжної практики та стандарти інтегрованої звітності за функціями і сферами використання, як головного показника соціальної відповідальності компаній.

<sup>1</sup> Graham, T. (2010). Corporate social responsibility : altruism as a business imperative: business. *InsideMining*, 3 (1) <<https://journals.co.za/doi/pdf/10.10520/EJC103990>>(2022, квітень, 10).

<sup>2</sup> Worthington, I., Ram, M., Boyal, H. and others (2008). Researching the Drivers of Socially Responsible Purchasing. A Cross-National Study of Supplier Diversity Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 79, 319-331 DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9400-x>.

<sup>3</sup> Worthington, I. (2009). Corporate Perceptions of the Business Case for Supplier Diversity: How Socially Responsible Purchasing can 'Pay'. *Journal of Business Ethics*, 90, 47-60 <<https://doi.org/10.1007/s10551-008-0025-5>> (2022, квітень, 10)

<sup>4</sup> Piercy- Nigel, F., Nikala, L. (2011). Corporate Social Responsibility initiatives and strategic marketing imperatives. *Social Business*, 1 (4), 325-345. DOI: <https://doi.org/10.1362/204440811X13256957643375>.

<sup>5</sup> Menguc, B., Ozanne, L. K. (2005). Challenges of the "green imperative": a natural resource-based approach to the environmental orientation-business performance relationship. *Journal of Business Research*, 58 (4), 430-438 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.09.002>.

<sup>6</sup> Nath, S. (2021). The Business of Virtue: Evidence from Socially Responsible Investing in Financial Markets. *Journal of Business Ethics*, 169, 181-199. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04291-9>.

<sup>7</sup> Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10 (4), 45-50. DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(67\)90007-9](https://doi.org/10.1016/0007-6813(67)90007-9).

<sup>8</sup> Руда, М. В., Сухорольський, П. М., Боднар, Т. О. (2016). Становлення соціально відповідального бізнесу у сучасному інформаційному суспільстві. *Вісник Львівського Політехнічного національного університету*, 14, 100-109 <[http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/37656/1/14\\_100-109.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/37656/1/14_100-109.pdf)> (2022, квітень, 18).

<sup>9</sup> Костирко, Р.О. (2014). Інтегрована звітність – інструмент соціально відповідального бізнесу. *Часопис Економічних реформ*, 1 (13), 49-54. <[http://repository.ubs.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1466/Kostyrko\\_The\\_integrated\\_reporting.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.ubs.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1466/Kostyrko_The_integrated_reporting.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> (2022, квітень, 10).

О. Клименко<sup>1</sup> аналізує у своїх працях необхідність орієнтації корпоративного бізнесу на конструктивній співпраці з неурядовими організаціями, а не тільки стейкхолдерами (місцевими спільнотами, потенційними споживачами послуг, представниками інших бізнес – угруповань, тощо). П. Левін<sup>2</sup> вважає, що головними рисами СВБ є встановлення та розвиток в умовах ринку ролевих функцій суб'єктів господарювання у покращенні діяльності соціальної інфраструктури, в соціальному захисті громадян. Зокрема, І. Рейтерович, О. Пхукал<sup>3</sup> визначають необхідність формування концепції соціальної відповідальності бізнесу як тристороннього процесу, у якому мають бути зацікавлені не тільки представники власне підприємницького сегменту та регіонів, але фінансово-політичні групи впливу. Такі дослідники, як І. Камінська, С. Хома, Ю. Чучук<sup>4</sup> розглядають корпоративну соціальну відповідальність підприємців через чотири основні складові: екологію, громади, етику і управління ризиками, управління людськими ресурсами. З точки зору законодавчої позиції феномен соціально-відповідального бізнесу було визначено відносно нещодавно, хоча на міжнародній економіко-політичній арені відповідна дефініція існує давно. Відповідно до Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року поняття “соціально відповідальний бізнес” визначається, як відповідальна поведінка суб'єктів господарської діяльності за вплив їх рішень і дій на суспільство, навколишнє природне середовище, яка сприяє сталому розвитку суспільства, зокрема забезпеченню добробуту населення; враховує очікування суб'єктів господарської діяльності та суспільства; відповідає законодавству і міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність суб'єкта господарської діяльності<sup>5</sup>.

**Виклад основного матеріалу.** Країни Європейського Союзу (ФРН, Франція, Італія, Швейцарія, Люксембург) розглядають корпоративну етику у взаємозв'язку з корпоративним громадянством та необхідністю формування Глобального національного договору для стейкхолдерів різних сфер національного господарства за умови розташування штаб-квартири суб'єкта господарювання на території відповідної країни<sup>6</sup> (Рис.1).

Станом на сьогоднішній день формування соціально-відповідального бізнесу як загальнодержавної концепції побудови бізнес відносин полягає у розширенні суб'єктного складу та комплексній взаємодії усіх учасників відповідних відносин. Однак для багатьох країн Європейського Союзу, зокрема ФРН, концепція соціально відповідального бізнесу має вже довгу історію (Рис.2).

<sup>1</sup> Клименко, О. (2008). Неурядові організації і боротьба за соціально відповідальний бізнес. *Громадянське суспільство*, 1, 117-126 <<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71606/13-Klymenko.pdf?sequence=1>> (2022, квітень, 10).

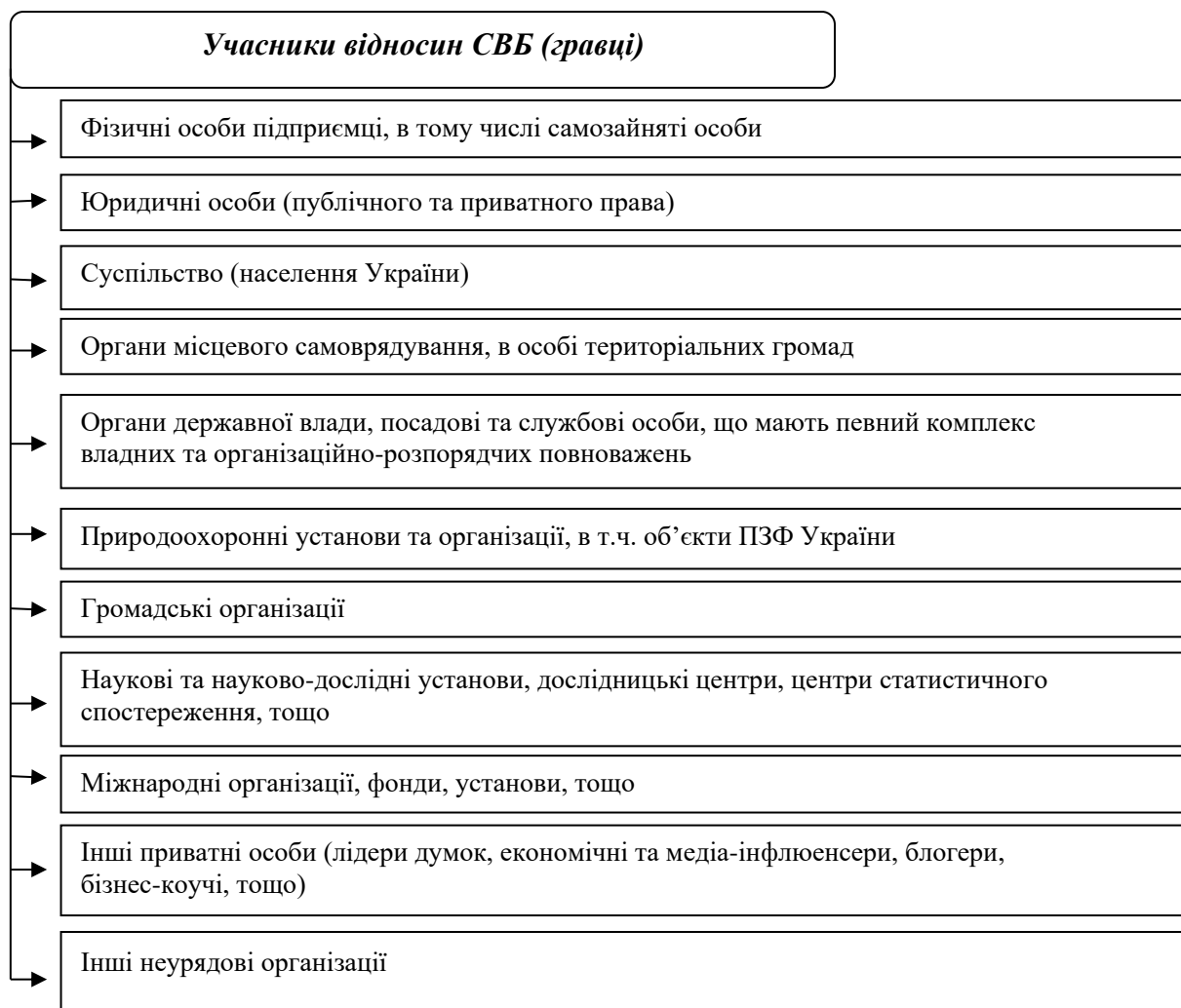
<sup>2</sup> Левін, П. Б. (2009). Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Україні. *Наукові КНТУ: Економічні науки*, 15, 128-131 <<http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/103/1/21.pdf>> (2022, квітень, 10).

<sup>3</sup> Рейтерович, І. В., Пхукал, О. Г. (2013). Особливості формування соціально відповідального бізнесу в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*, 10, 131-134 <[http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2013/31.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2013/31.pdf)> (2022, квітень, 19).

<sup>4</sup> Камінська, І., Хома, С., Чучук, Ю. (2019). Соціальний облік як інформаційна база реалізації концепції соціально відповідального бізнесу. *Галицький економічний вісник*, 5 (60), 121-128. DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2019.05.121](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.05.121).

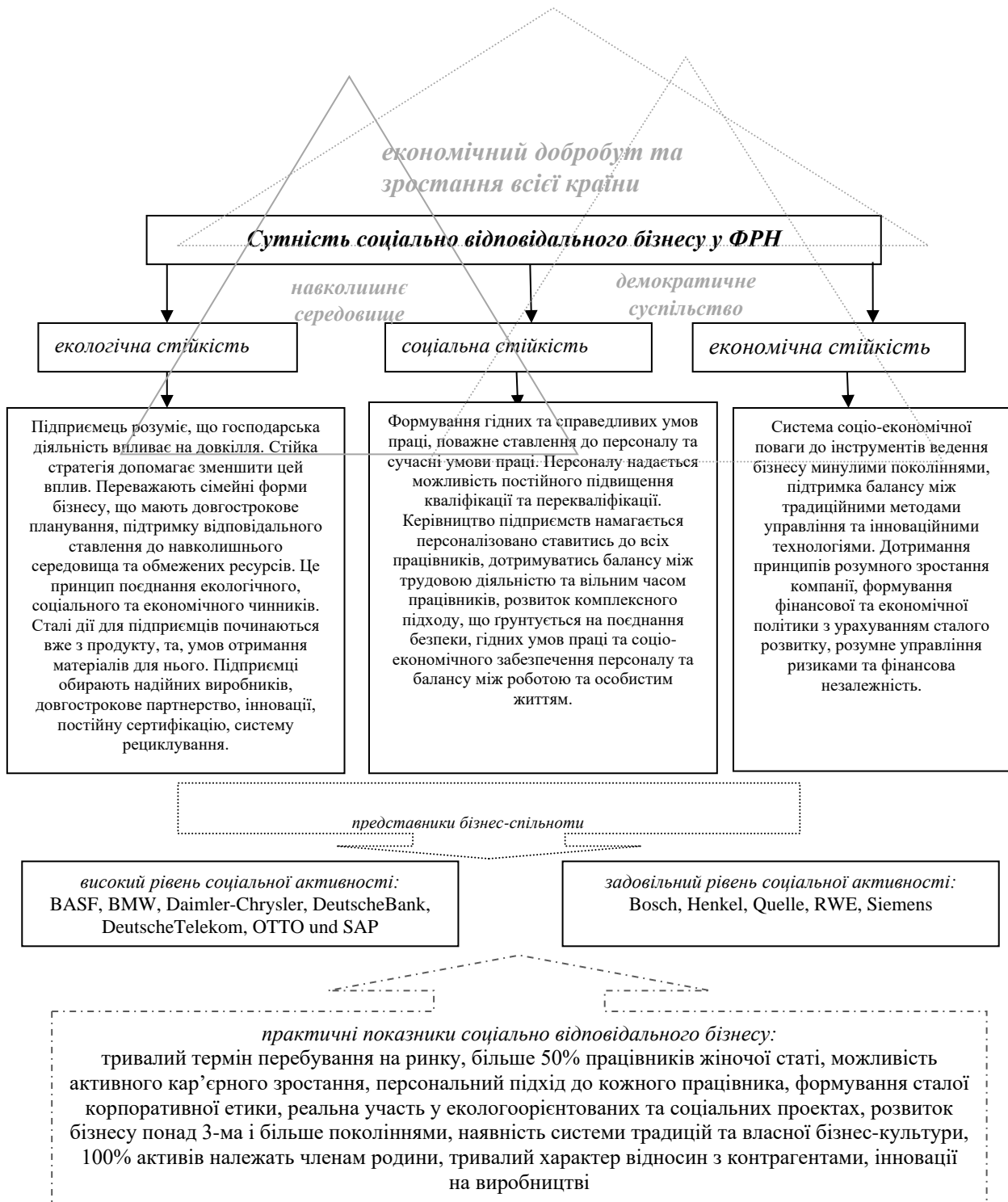
<sup>5</sup> Global Compact (2000). *Newsletter Archiv* <<https://www.globalcompact.de/news/newsletter-archiv>> (2022, квітень, 10).

<sup>6</sup> *Розпорядження про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, 2020* (Кабінету Міністрів України). *Офіційний сайт Верховної Ради України* <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p?lang=en#Text>> (2022, квітень, 10).



**Рис. 1. Основні учасники моделі розвитку соціально-відповідального бізнесу на ринку України**

*Джерело: власна розробка авторів*

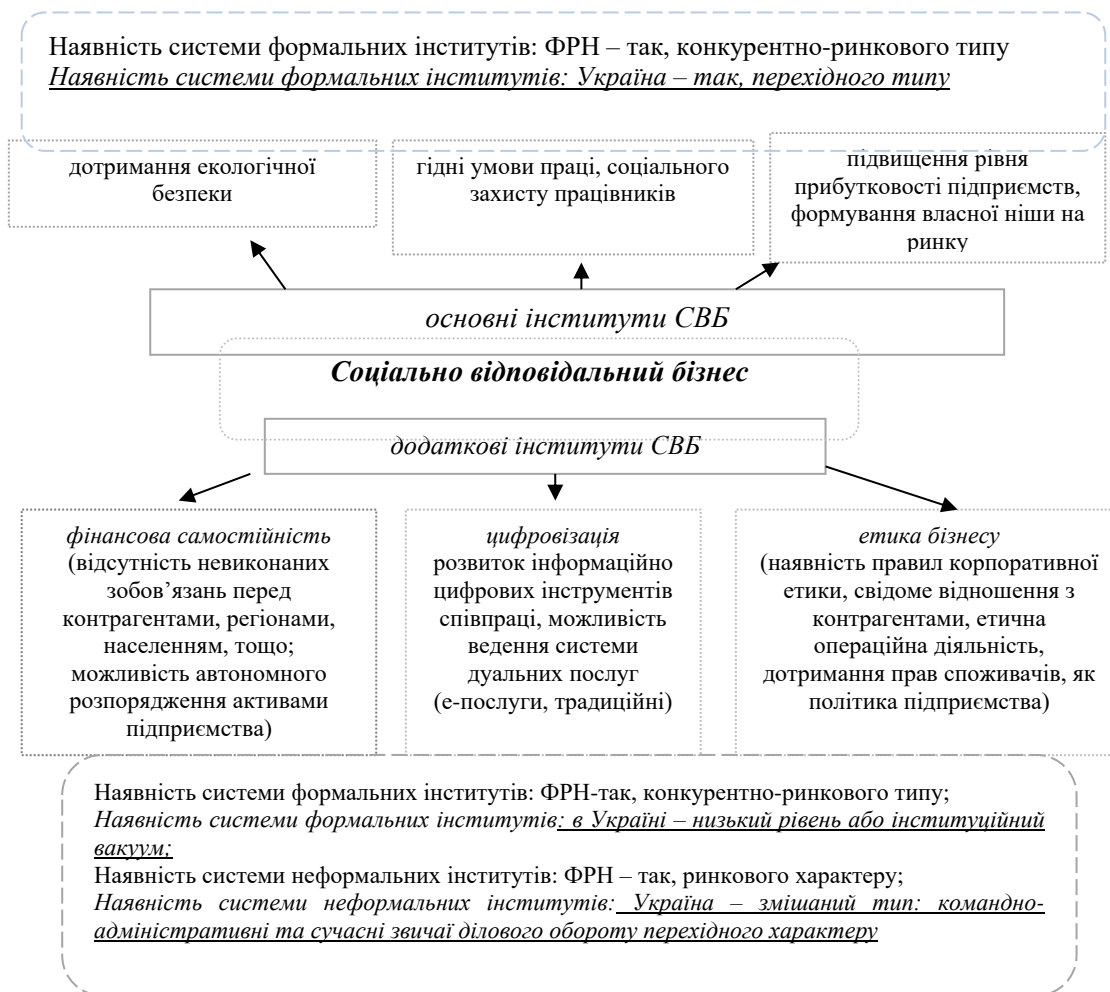


**Рис. 2. Основні елементи соціально відповідального бізнесу у Федеративній Республіці Німеччина**

*Джерело: розроблено авторами на підставі даних<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> Winter&Company (2022). *Ansprechpartnerin Europa* <<https://www.winter-company.com/de/uber-uns/>> (2022, квітень, 15).

Чимало суб'єктів підприємницької діяльності у ФРН завжди усвідомлювали свою соціальну відповідальність, як форму традиційного ведення сімейного бізнесу, інші вважають, що сучасний стан соціо-економічного розвитку країни та обсяги екологічних навантажень та забруднень потребують втручання кожного, тому готові взяти на себе певний рівень «соціальних зобов'язань». Чимало підприємців, що мають штаб-квартиру на території ФРН, практикують «соціальну відповідальність» у своїй повсякденній господарській діяльності та внутрішньо корпоративних відносинах з персоналом<sup>1</sup>. Формування бізнес-концепції соціальної відповідальності у ФРН побудована на трьох основних складових, що забезпечують не тільки комплексний і сталий розвиток земель, але й також можливості розвитку інноваційних технологій, охороні навколишнього природного середовища, дотримання прав громадян, пошуку альтернативних джерел енергії та допомоги іншим країнам<sup>2</sup>. Отже, серед сучасних дослідників притаманно декілька поглядів на систему розвитку соціально відповідального бізнесу у країнах Європейського Союзу, зокрема ФРН (Рис.3):



**Рис.3. Інституційні напрями трансформації розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні у порівнянні з ФРН**

*Джерело: розроблено авторами*

<sup>1</sup> Lothar, R. (2003) Deutsche Unternehmen, Soziale Verantwortung und der Global Compact: einempirischer Überblick. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 4, 372-391  
 <<https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/34695#>> (2022, квітень, 15).

<sup>2</sup> Bundesanzeiger Verlag (2021). *Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten*

<[https://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger\\_BGBl&jumpTo=bgbl121s2959.pdf#\\_\\_bgbl\\_%2F%2F%5B%40attr\\_id%3D%27bgbl121s2959.pdf%27%5D\\_\\_1643232821242](https://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl&jumpTo=bgbl121s2959.pdf#__bgbl_%2F%2F%5B%40attr_id%3D%27bgbl121s2959.pdf%27%5D__1643232821242)> (2022, квітень, 15).

– «ідея стейкхолдерів», відповідно до якої суб'єкт підприємництва, працівники, споживачі, контрагенти постачальники є взаємозалежними суб'єктами, та один без одного не зможуть сформувати господарський ланцюг, тому мають керуватися спільними пріоритетами та досягати цілей сталого розвитку сумісними зусиллями. Відповідна взаємодія між зацікавленими сторонами та компаніями змушує компанії (про-)активно діяти усі сторони процесу „pro-aktive Vorgehensweise zur Absicherung gegen externe Anspruchsgruppen“<sup>1</sup>;

– «ідея стратегічної соціальної прихильності» „ausstrategischem Eigennutz“, відповідно до якої суб'єкт підприємницької діяльності відкрито та активно висловлює свою соціальну прихильність до певних суспільних проєктів, культурного, освітнього чи еколого орієнтованого характеру, з метою покращення власного іміджу („win-win Lösungen“), отримання економічної вигоди на рівні замовників, постачальників чи лояльності з боку потенційних споживачів послуг тощо<sup>2</sup>;

– «ідея традиції» («Traditionals Grund»), відповідно до якої суб'єкт господарювання визначає власне традицію як на причину своєї поточної/постійної участі у житті спільноті. Ця традиція характеризується глибоким почуттям соціальної відповідальності, яка, в свою чергу, ґрунтується на корпоративній конституції та образі компанії. Драйвер соціальної прихильності базується на іміджі «привабливого роботодавця», концепції сімейного бізнесу, де наступники виконують корпоративні настанови засновників бізнесу. Цей образ має вплив на відносини з клієнтами, постачальниками та персоналом, розвиток системи корпоративної ідеології та зведених правил (кодексу) корпоративної етики („Handlungsgrundsätze“, „Personalleitlinien“, „Corporate Handbuch“, „Integrity Code“)<sup>3</sup>.

Аналізуючи економічні перетворення в Україні зазначимо, що соціально відповідальний бізнес також йде на шляху активного розвитку. Це забезпечується розширенням інституційного підґрунтя, формуванням інноваційних форм господарської діяльності, прозорих та сталих механізмів співпраці з контрагентами, виробниками, замовниками, а також ініціюванням власної активної участі у соціо-економічному та екологічному житті регіонів, територіальних громад. Однак, варто врахувати низку факторів та показників розвитку ринку, що притаманні Україні, оскільки розвиток соціально відповідального бізнесу не виключає власне отримання прибутку суб'єктом підприємницької діяльності у класичному розумінні передбаченому ст. 42 Господарського кодексу України<sup>4</sup>. Без достатнього рівня матеріально-технічного забезпечення та отриманню постійного прибутку суб'єкти підприємницької діяльності не матимуть достатніх обсягів ресурсів та мотивації для добровільної участі у соціо- або екологічно важливих проєктах.

Нами пропонується здійснити порівняння фіскальної політики ФРН та України. За приклад ми візьмемо домогосподарство, що складається з 2 (двох) дієздатних осіб -партнерів, працездатного віку, які не мають соціальних чи інших пільг:

Преамбула: домогосподарство -1 одиниця;

Партнер № 1 – приватна-особа підприємець, стать: ч/ж/інше;

Партнер № 2 – найманий працівник, стать: ч/ж/інше;

Земля: Баден Вюнтенберг, ФРН;

Термін: календарний місяць;

Розмір заробітної платні (брутто): 3 000 євро

Ми зробимо приблизний розрахунок податкового тиску на відповідне домогосподарство з урахуванням законодавства ФРН та України, без урахування специфіки певної галузі національного господарства.

<sup>1</sup> Mesicek, R. H. (2016). Verantwortung für Stakeholder Einbindung. Stakeholder begriff und Praxis im Kontext der Nachhaltigkeits- und CSR-Debatte. *Management-Reihe Corporate Social Responsibility*, 10, 1-12. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8_1).

<sup>2</sup> Lothar, R. (2003). Deutsche Unternehmen, Soziale Verantwortung und der Global Compact: ein empirischer Überblick. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, 4, 372-391 <<https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/34695#>> (2022, квітень, 15).

<sup>3</sup> Там само.

<sup>4</sup> Господарський кодекс України, 2003 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?f>> (2022, квітень, 15).



Для Німеччини партнери, що ведуть спільне господарство повинні разом мати податковий клас № 8, тобто в них є два варіанти податкових класів, а саме 3+5 або 4+4. Однак податкові класи не можуть обиратися за бажанням особи, система оподаткування передбачена законодавчими нормами:

- I. Особи, які не перебувають у шлюбі і не мають дітей.
- II. Батьки, які виховують дітей поодиноці.
- III. та V. Сімейні пари, у яких велика різниця у доходах.
- IV. Сімейні пари, які не мають значної різниці в доходах.

VI. За наявності кількох місць роботи. Крім того, у Німеччині діє система прогресивного розрахунку податків, тобто чи більше доходів отримує людина, тим більше об'єми податкових утримань (Таблиця 1).

Таблиця 1

### Обрахунок обсягів відрахувань податків та соціальних зборів у ФРН

Податкові класи							
Податки з працівника	3	5	4	Податки з роботодавця	3	5	4
Податок на прибуток	218,83 €	774,91 €	456,75 €	Пенсійне страхування	283,50 €	283,50 €	283,50 €
Церковний податок	17,50 €	61,99 €	36,54 €	Страхування на випадок безробіття	45,00 €	45,00 €	45,00 €
Податок солідарності (Solidaritätszuschlag)	11,36 €	42,62 €	25,12 €	Медичне страхування	219,00 €	219,00 €	219,00 €
Загальна сума стягуваних податків	247,69 €	879,52 €	518,41 €	Страхування на випадок інвалідності	30,75 €	30,75 €	30,75 €
Пенсійне страхування	283,50 €	283,50 €	283,50 €	Загальні відрахування з роботодавця	3.578,25 €	3.578,25 €	3.578,25 €
Страхування на випадок безробіття	45,00 €	45,00 €	45,00 €				
Медичне страхування	246,00 €	246,00 €	246,00 €				
Страхування на випадок інвалідності	38,25 €	38,25 €	38,25 €				
Соціальні відрахування	612,75 €	612,75 €	612,75 €				
Заробітна плата нетто	2.139,56 €	1.507,73 €	1.868,84 €				

Джерело: розраховано авторами на підставі даних<sup>1</sup>

Враховуючи обсяги фіскального навантаження на домогосподарства у ФРН, ми можемо побачити досить високі ставки податків для одного з партнерів (клас 5), та зменшені для іншого (клас 3), що суттєво знижує загальний тиск на все домогосподарство. Крім того обидва партнери-

<sup>1</sup> Bundesamt für Justiz (1976). *Abgabenordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. Oktober 2002 (BGBl. I S. 3866; 2003 I S. 61), die zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 12. Juli 2022 (BGBl. I S. 1142) geändert worden ist* <[https://www.gesetze-im-internet.de/ao\\_1977/BJNR006130976.html](https://www.gesetze-im-internet.de/ao_1977/BJNR006130976.html)> (2022, червень, 07).

члени домогосподарства у ФРН мають високий рівень соціального захисту (наприклад, медичне страхування, розширену форму соціального страхування), що підвищує мотивацію до участі у соціальних, екологічних та інших проектах, як гарантії підтримання загального рівня соціального добробуту населення. Відповідно до нашої преамбули розрахунок фіскального навантаження відповідно до законодавства України буде виглядати наступним чином.

Преамбула: домогосподарство -1 одиниця;

Партнер № 1 – приватна-особа підприємець, стать: ч/ж/інше;

Партнер № 2 – найманий працівник, стать: ч/ж/інше;

Регіон: Одеса, Одеська область;

Термін : календарний місяць;

Розмір заробітної платні (брутто): 10 тисяч гривень

Розмір місячного доходу: 10000 тисяч гривень (без РРО) (Таблиця 2).

Таблиця 2

**Порівняльний аналіз сукупного фіскального навантаження на домогосподарства ФРН та України (2 партнери без дітей)**

Фізична особа-найманий працівник		Фізична особа-підприємець		
Податки з працівника	Податки з роботодавця	Податки <sup>1</sup>	Базові відрахування	Змінні витрати
ПДФО (18%) 1800 грн	ЄСВ 2200 грн <sup>2</sup>	Спрощена система оподаткування: Підприємець-єдинник	1300 грн	20% мінімальної заробітної плати
		Єдиний податок (II група)		
		Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)	За наявності	
Військовий збір (1,5%) 150 грн	Загальні відрахування роботодавця 12200	ЄСВ (22%)	1430 грн	
		Разом:	2730 грн	
Заробітна плата нетто 8050 грн		Загальна система оподаткування (ПДФО 18%)	1800	
		Військовий збір (1,5%)	150	
		ПДВ 14%	1400	
		Акцизний збір		
		Алкогольні напої, фактична міцність яких вища за 22 відсотки об'ємних одиниць етилового спирту (за 1 літр)	2539,2 грн/місяць	100 л/місяць 1л ~ 20 грн
			126,96%	

<sup>1</sup> Податковий кодекс України, 2010 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>> (2022, червень, 10).

<sup>2</sup> Закон про Державний бюджет на 2022 рік, 2021 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1928-20#Text>> (2022, березень, 09).

Продовження табл. 2

Фізична особа-найманий працівник		Фізична особа-підприємець		
Податки з працівника	Податки з роботодавця	Податки <sup>1</sup>	Базові відрахування	Змінні витрати
		<i>Сигарети з фільтром (за 1000 одиниць)</i>	1088,64 грн	
		Абонплата за пакет на місяць (ФОП/ЮО)	125 грн	
		Платежі в інші банки	3 грн	
		Виручка	20 грн	0,1% від суми min. 20 грн (каса) 0,05% від суми min. 5 грн (ТСО/банкомат) <sup>2</sup>
		Переведення коштів з корпоративного рахунку (рахунок ФОП) на власний рахунок або членів родини	Будь-яка сума	Податковий агент, ПДФО 18%, Військовий збір 1,5%
		Разом	3475 грн	
		Дохід нетто (без акцизного збору, обрахунку кількості платежів, обсягів виручки)	6525 грн	

*Джерело: розроблено авторами*

Відповідні розрахунки були здійснені без урахування поточних витрат для суб'єктів господарювання, таких як екологічні податки, оренда приміщення чи майнового комплексу, закупівлі сировини/ матеріалів (в т.ч. всього, що віднесено до оборотних активів), кредитних зобов'язань, франшизи, страхових зобов'язань, заробітної плати працівникам (за наявності найманих осіб у суб'єктів господарювання). Отже, враховуючи наші розрахунки ми можемо дійти висновку, що в Україні у приватних підприємців (партнер № 2) досить високими є обсяги фіскального навантаження. Не маючи великих об'ємів прибутку підприємець фактично працює за мінімальними показниками рентабельності. Його дохід можна порівняти з найманим працівником, однак факторів ризиків набагато більше. Крім того, сукупний дохід домогосподарства не має жодних податкових пільг, що суттєво підвищує загальний фіскальний тиск на обох партнерів.

Порівняльний аналіз податкових систем України та Німеччини дозволяє констатувати наявність диференційованого підходу в оподаткуванні ФРН з урахуванням потреб не захищених верств населення, а також екологічної орієнтації ведення бізнесу. У зв'язку з декларацією Україною про Європейський вектор сталого розвитку країни вважаємо важливим у післявоєнний період подальшу трансформацію українського законодавства у напрямку імплементації у вітчизняну практику позитивних аспектів оподаткування німецького законодавства.

**Висновки.** Розвиток соціальної відповідальності з боку бізнес угруповань почався багато років тому, але темпи формування відповідної форми ведення бізнесу звичайно залежать від соціо-економічного, екологічного та політичного розвитку власне самої держави.

<sup>1</sup> Податковий кодекс України, 2010 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>> (2022, червень, 10).

<sup>2</sup> АТ КБ «Приватбанк» (2022). Вимоги для відкриття рахунку <<https://privatbank.ua/business/otkryt-schet>> (2022, квітень, 10).

Законодавство України, йде на шляху формування сучасного інституційного підґрунтя для розвитку соціально відповідального бізнесу, зокрема формування нормативної платформи для розвитку цифрових векторів соціально відповідних форм господарської діяльності. Дуже важливим аспектом подальшого розвитку сталого бізнесу України є вивчення найкращих світових практик, зокрема практики ФРН. Додаткового особливого значення набуває вивчення питання уникнення інституційних «пасток» у сфері соціально-відповідального бізнесу. Цьому аспекту присвячені подальші дослідження авторів, які будуть представлені у подальшому номері журналу.

## References:

1. Bundesamt für Justiz [Federal Office of Justice] (2022). *Abgabenordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. Oktober 2002 (BGBl. I S. 3866; 2003 I S. 61), die zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 12. Juli 2022 (BGBl. I S. 1142) geändert worden ist* [Fiscal code in the version published on October 1, 2002 (BGBl. I p. 3866; 2003 I p. 61), which was last amended by Article 1 of the law of July 12, 2022 (BGBl. I p. 1142)] <[https://www.gesetze-im-internet.de/ao\\_1977/BJNR006130976.html](https://www.gesetze-im-internet.de/ao_1977/BJNR006130976.html)> (2022, June, 07). [in German].
2. Bundesanzeiger Verlag [Federal Gazette Publisher] (2021). *Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten zur Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen in Lieferketten* [(2021). Corporate Due Diligence Act to Prevent Human Rights Violations in Supply Chains] <[https://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger\\_BGBl&jumpTo=bgbl121s2959.pdf#\\_\\_bgbl\\_%2F%2F\\*%5B%40attr\\_id%3D%27bgbl121s2959.pdf%27%5D\\_\\_1643232821242](https://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl&jumpTo=bgbl121s2959.pdf#__bgbl_%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgbl121s2959.pdf%27%5D__1643232821242)> (2022, April, 15). [in German].
3. Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10 (4), 45-50. DOI: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(67\)90007-9](https://doi.org/10.1016/0007-6813(67)90007-9).
4. Global Compact (2000). *Newsletter Archiv* <<https://www.globalcompact.de/news/newsletter-archiv>> (2022, April, 10).
5. Graham, T. (2010). Corporate social responsibility: altruism as a business imperative: business. *InsideMining*, 3 (1) <<https://journals.co.za/doi/pdf/10.10520/EJC103990>> (2022, April, 10).
6. Lothar, R. (2003) Deutsche Unternehmen, Soziale Verantwortung und der Global Compact: ein empirischer Überblick [German companies, social responsibility and the Global Compact: an ideal overview]. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik* [Journal of Business and Corporate Ethics], 4, 372-391 <<https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/34695#>>(2022, April, 15). [in German].
7. Menguc, B., Ozanne, L. K. (2005). Challenges of the “green imperative”: a natural resource-based approach to the environmental orientation–business performance relationship. *Journal of Business Research*, 58 (4), 430-438. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.09.002>.
8. Mesicek, R. H. (2016). Verantwortung für Stakeholder Einbindung. Stakeholder begriff und Praxis im Kontext der Nachhaltigkeits- und CSR-Debatte [Responsibility for stakeholder involvement. Stakeholder understanding and practice in the context of the sustainability and CSR debate]. *Management-Reihe Corporate Social Responsibility* [Management Series Corporate Social Responsibility], 10, 1-12. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8_1). [in German].
9. Nath, S. (2021). The Business of Virtue: Evidence from Socially Responsible Investing in Financial Markets. *Journal of Business Ethics*, 169, 181-199. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04291-9>.
10. Piercy- Nigel, F., Nikala, L. (2011). Corporate Social Responsibility initiatives and strategic marketing imperatives. *Social Business*, 1 (4), 325-345. DOI: <https://doi.org/10.1362/204440811X13256957643375>.
11. Winter & Company (2022). *Ansprechpartnerin Europa* [Contact Europe] <<https://www.winter-company.com/de/uber-uns/>> (2022, April, 15). [in German].
12. Worthington, I. (2009). Corporate Perception of the Business Case for Supplier Diversity: How Socially Responsible Purchasing can ‘Pay’. *Journal of Business Ethics*, 90, 47-60 <<https://doi.org/10.1007/s10551-008-0025-5>>. (2022, April, 10)
13. Worthington, I., Ram, M., Boyal, H. and others (2008). Researching the Drivers of Socially Responsible Purchasing. A Cross-National Study of Supplier Diversity Initiatives. *Journal of Business Ethics*, 79, 319-331. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9400-x>.
14. *Hospodarskyi kodeks Ukrainy, 2003* (Verkhovna Rada Ukrainy) [Economic Code of Ukraine, 2003 (Verkhovna Rada of Ukraine)]. *Ofitsiynyy sayt Verkhovnoyi Rady Ukrainy* [Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15?f>> (2022, April, 15). [in Ukrainian].
15. *Zakon pro Derzhavnyy byudzhet na 2022 rik, 2021* (Verkhovna Rada Ukrainy) [Law on the State Budget for 2022, 2021 (Verkhovna Rada of Ukraine)]. *Ofitsiynyy sayt Verkhovnoyi Rady Ukrainy* [Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1928-20#Text>> (2022, March, 09). [in Ukrainian].
16. Kaminska, I., Khoma, S., Chuchuk, Yu. (2019). Sotsialnyy oblik yak informatsiyna baza realizatsiyi kontseptsiyi sotsialno vidpovidalnoho biznesu [Social accounting as an information base for implementing the concept

- of socially responsible business]. *Halytskyy ekonomichnyy visnyk* [Galician Economic Bulletin], 5 (60), 121-128. DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2019.05.121](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.05.121). [in Ukrainian].
17. Klymenko, O. (2008). Neuryadovi orhanizatsiyi i borotba za sotsialno vidpovidalnyy biznes [Non-governmental organizations and the struggle for socially responsible business]. *Hromadyanske suspilstvo* [Civil society], 1, 117-126 <<http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/71606/13-Klymenko.pdf?sequence=1>> (2022, April, 10). [in Ukrainian].
18. Kostyrko, R. O. (2014). Intehrovana zvitnist – instrument sotsialno vidpovidalnoho biznesu [Integrated reporting is a tool of socially responsible business]. *Chasopys Ekonomichnykh reform* [Journal of Economic Reforms], 1 (13), 49-54. <[http://repository.ubs.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1466/Kostyrko\\_The\\_integrated\\_reporting.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.ubs.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1466/Kostyrko_The_integrated_reporting.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> (2022, April, 10). [in Ukrainian].
19. Levin, P. B. (2009). Inozemnyy dosvid rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu ta yoho vykorystannya v Ukrayini [Foreign experience in the development of socially responsible business and its use in Ukraine]. *Naukovi KNTU: Ekonomichni nauky* [Scientific KNTU: Economic Sciences], 15, 128-131 <<http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/103/1/21.pdf>> (2022, April, 10). [in Ukrainian].
20. *Podatkovyy kodeks Ukrayiny, 2010* (Verkhovna Rada Ukrayiny) [Tax Code of Ukraine, 2010 (Verkhovna Rada of Ukraine)]. *Ofitsiyyny sayt Verkhovnoyi Rady Ukrayiny* [Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>> (2022, June, 10). [in Ukrainian].
21. Reyterovych, I. V., Pkhukal, O. H. (2013). Osoblyvosti formuvannya sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukrayini [Peculiarities of the formation of socially responsible business in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], 10, 131-134 <[http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2013/31.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2013/31.pdf)> (2022, April, 19). [in Ukrainian].
22. *Rozporyadzhennya pro skhvalennya Kontseptsiyi realizatsiyi derzhavnoyi polityky u sferi spryannya rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu v Ukrayini na period do 2030 roku, 2020* (Kabinet Ministriv Ukrayiny) [Order on the approval of the Concept of implementation of state policy in the sphere of promoting the development of socially responsible business in Ukraine for the period up to 2030, 2020 (Cabinet of Ministers of Ukraine)]. *Ofitsiyyny sayt Verkhovnoyi Rady Ukrayiny* [Official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p?lang=en#Text>> (2022, April, 10). [in Ukrainian].
23. Ruda, M. V., Sukhorolskyy, P. M., Bodnar, T. O. (2016). Stanovlennya sotsialno vidpovidalnoho biznesu u suchasnomu informatsiynomu suspilstvi [Becoming a socially responsible business in the modern information society]. *Visnyk Lvivskoho Politekhnicnoho natsionalnoho universytetu* [Bulletin of Lviv Polytechnic National University], 14, 100-109 <[http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/37656/1/14\\_100-109.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/37656/1/14_100-109.pdf)> (2022, April, 18). [in Ukrainian].
24. JSC CB "Privatbank" (2022). *Vymohy dlya vidkryttya rakhunku* [Account opening requirements] <<https://privatbank.ua/business/otkryt-schet>> (2022, April, 10). [in Ukrainian].