

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

© 2020 РАЙКО Д. В., ПОДРЕЗ О. І.

УДК 658.1.  
JEL Classification: M14; M21

Райко Д. В., Подрез О. І.

### Соціальна відповідальність як інструмент управління сталим розвитком промислового підприємства

Метою статті є узагальнення та уточнення теоретичних положень щодо соціальної відповідальності промислових підприємств з урахуванням сучасної концепції сталого розвитку в Україні, розробка наукового (дворівнева процедура оцінки) та методичного (розрахунок загального інтегрального показника СВП) підходів щодо оцінки соціальної відповідальності підприємства. Відмінністю підходів є узгодженість показників за впливом факторів зовнішнього середовища (за зовнішніми стейкхолдерами) та складовими сталого розвитку підприємства. В статті проаналізовано сутність поняття соціальної відповідальності, її концепції, принципи, мотиви, переваги та недоліки щодо впровадження; виокремлено поняття «соціальна відповідальність підприємства (СВП)» в рамках сталого розвитку. Запропоновано модель формування теоретичних основ і методичних підходів щодо соціальної відповідальності, яка відрізняється від раніше розроблених тим, що оцінка соціальної відповідальності здійснюється за рівнями управління (макро-, мезо- і мікрорівень), взаємовідносинами зі стейкхолдерами, життєвим циклом підприємства тощо. Розроблено науковий підхід та процедуру оцінки соціальної відповідальності підприємства в рамках сталого розвитку, яка складається з двох рівнів. Удосконалено методичний підхід щодо оцінки соціальної відповідальності підприємства в рамках сталого розвитку. Він складається з показників оцінки впливу зовнішніх стейкхолдерів на економічну складову (перший рівень оцінки) та економічної на екологічну, енергетичну та соціальну складові (другий рівень). Визначено показники, що характеризують діяльність підприємства з покращення умов життя мешканців регіону, де воно працює. Методичний підхід базується на використанні індексного методу. Наведені розробки дозволяють побудувати соціально відповідальне підприємство, чия діяльність буде узгодженою зі стратегією сталого розвитку, з партнерами по бізнесу (стейкхолдерами) та дозволить проводити заходи щодо соціального забезпечення та забезпечення енергоносіями працівників й мешканців регіону, знижувати викиди шкідливих речовин.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність підприємства, концепції соціальної відповідальності, сталий розвиток.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2020-1-173-189>

Рис.: 2. Табл.: 5. Формул.: 17. Бібл.: 47.

**Райко Діана Валеріївна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

E-mail: [diana.raiko2016@gmail.com](mailto:diana.raiko2016@gmail.com)ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9307-103X>Researcher ID: <http://www.researcherid.com/L-9509-2018>

**Подрез Ольга Іванівна** – аспірант, кафедра менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (вул. Кирпичова, 2, Харків, 61002, Україна)

E-mail: [olha.podrez@gmail.com](mailto:olha.podrez@gmail.com)ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0099-0115>Researcher ID: <http://www.researcherid.com/rid/R-7334-2018>УДК 658.1.  
JEL Classification: M14; M21

### Райко Д. В., Подрез О. И. Социальная ответственность как инструмент управления устойчивым развитием промышленного предприятия

Целью статьи является обобщение и уточнение теоретических основ социальной ответственности промышленных предприятий с учетом современной концепции устойчивого развития в Украине; разработка научного (двухуровневая процедура оценки) и методического (расчет общего интегрального показателя) подходов к оценке социальной ответственности предприятия. Отличительной чертой этих подходов является согласованность показателей влияния факторов внешней среды и составляющих устойчивого развития предприятия. В статье проанализированы сущность понятия социальной ответственности, ее концепции, принципы, мотивы, преимущества

UDC 658.1.  
JEL Classification: M14; M21

### Raiko D. V., Podrez O. I. Social Responsibility as a Tool for Managing Sustainable Development of an Industrial Enterprise

The aim of the article is generalizing and clarifying the theoretical basis of social responsibility of industrial enterprises, taking into account the modern concept of sustainable development in Ukraine; developing scientific (two-level assessment procedure) and methodological (calculation of the integral index) approaches to assessing corporate social responsibility. A distinctive feature of these approaches is the consistency of indicators of the influence of environmental factors and components of sustainable development of the enterprise. The article analyzes the essence of the notion of social responsibility, its concepts, principles, motives, advantages of and obstacles to its implementation; the notion "corporate social responsibility (CSR)" is

и недостатки внедрения; выделено понятие «социальная ответственность предприятия (СОП)» в рамках устойчивого развития. Предложена модель формирования теоретических и методических подходов, которая отличается от ранее разработанных тем, что оценка социальной ответственности осуществляется по уровням управления (макро-, мезо- и микроуровень), взаимоотношениями со стейкхолдерами, жизненным циклом предприятия и т. д. Разработаны научный подход и процедура оценки социальной ответственности предприятия в рамках устойчивого развития. Процедура состоит из двух уровней. Усовершенствован методический подход по оценке социальной ответственности предприятия в рамках устойчивого развития. Он состоит из показателей оценки влияния внешних стейкхолдеров на экономическую составляющую (первый уровень оценки) и экономической на экологическую, энергетическую и социальную составляющие (второй уровень). Определены показатели, характеризующие деятельность предприятия по улучшению условий жизни жителей региона, где оно функционирует. Методический подход базируется на использовании индексного метода. Представленные разработки позволяют построить социально-ответственное предприятие, чья деятельность будет согласованной со стратегией устойчивого развития, с партнерами по бизнесу (стейкхолдерами) и позволит проводить мероприятия по социальному обеспечению и обеспечению энергоносителями работников и жителей региона, снижать выбросы вредных веществ.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность предприятия, концепции социальной ответственности, устойчивое развитие.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 5. **Формул.:** 17. **Библ.:** 47.

**Райко Диана Валерьевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической кибернетики и маркетингового менеджмента, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Кирпичёва, 2, Харьков, 61002, Украина)

**E-mail:** diana.raiko2016@gmail.com

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-9307-103X>

**Researcher ID:** <http://www.researcherid.com/L-9509-2018>

**Подрез Ольга Ивановна** – аспирант, кафедра менеджмента инновационного предпринимательства и международных экономических отношений, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт» (ул. Кирпичёва, 2, Харьков, 61002, Украина)

**E-mail:** olha.podrez@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-0099-0115>

**Researcher ID:** <http://www.researcherid.com/rid/R-7334-2018>

highlighted in the framework of sustainable development. A model for the formation of theoretical and methodological approaches is proposed. The difference of the model from previously developed ones is that social responsibility is assessed by management levels (macro, meso and micro level), relationships with stakeholders, enterprise life cycle, etc. A scientific approach and a procedure for assessing corporate social responsibility in the framework of sustainable development are developed. The procedure consists of two levels. The methodological approach to assessing corporate social responsibility in the framework of sustainable development is improved. It comprises indicators for assessing the impact of external stakeholders on the economic component (first level of assessment) and that of the economic component on the environmental, energy and social components (second level). The indicators characterizing activities of an enterprise to improve the living conditions of residents of the region where it functions are identified. The methodological approach is based on the use of the method of index numbers. The presented developments allow building a socially responsible enterprise, whose activities will be aligned with the sustainable development strategy, coordinated with business partners (stakeholders), and will facilitate carrying out measures to ensure social security and energy supplies for workers and residents of the region and reduce emissions of harmful substances.

**Keywords:** social responsibility, corporate social responsibility, concepts of social responsibility, sustainable development.

**Fig.:** 2. **Tabl.:** 5. **Formulae:** 17. **Bibl.:** 47.

**Raiko Diana V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Economic Cybernetics and Marketing Management, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (2 Kyrpychova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** diana.raiko2016@gmail.com

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-9307-103X>

**Researcher ID:** <http://www.researcherid.com/L-9509-2018>

**Podrez Olha I.** – Postgraduate Student, Department of Management of Innovative Entrepreneurship and International Economic Relations, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (2 Kyrpychova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

**E-mail:** olha.podrez@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-0099-0115>

**Researcher ID:** <http://www.researcherid.com/rid/R-7334-2018>

**Вступ.** Сталий розвиток – це гармонійний, всебічний процес якісних змін у діяльності держави, регіонів та окремих суб'єктів господарювання, що є відповідальним за економічне благополуччя бізнесу, умови праці, життя та здоров'я мешканців країни, регіонів та працівників підприємств як у теперішній час, так і у майбутньому. Він є збалансованим з точки зору економічної, соціальної, екологічної та інших складових розвитку. Проблеми управління формування сталого розвитку тісно пов'язані з питаннями соціальної відповідальності.

В сучасних літературних джерелах питання управління сталим розвитком розглядається за складовими,

за рівнями управління, а соціальної відповідальності – за сталим розвитком (на рівні країни, бізнесу) або за рівнями управління (державна, регіон, підприємство). В результаті використовують декілька термінів – «соціальна відповідальність» (на макрорівні), «корпоративна соціальна відповідальність» (макро-, мікрорівень), «внутрішня соціальна відповідальність» або «соціальна відповідальність бізнесу» (мікрорівень).

У роботі запропоновано для усунення термінологічної плутанини та уточнення сутності дефініцій щодо соціальної відповідальності провести аналіз наукових підходів до категоріально-понятійного апарату за рівнями – макро-

(рівень держави), мезо- (рівень регіону, галузі) та мікро- (рівень окремого підприємства).

Ще у дев'яностих роках минулого століття ООН побудувало Глобальний Договір між розвинутими країнами Європи та Америки щодо соціальної відповідальності бізнесу, до якого приєдналися тисячі учасників із понад 145 країн світу, у тому числі Україна. У теперішній час загальна кількість підприємств, організацій та фондів, що приєдналися до Глобального Договору, складає 14092. Багаторічна стратегія Глобального договору ООН спрямована на підвищення обізнаності бізнесу і дій на підтримку досягнення цілей в галузі сталого розвитку до 2030 року [1; 2].

Питанню об'єднання цілей сталого розвитку зі соціальною відповідальністю (СВ) суб'єктів господарювання, регіонів, країни присвячено багато наукових праць. Так, Lisilene Mello da Silveira та Maira Petrini [3] було проаналізовано міжнародні наукові публікації, пов'язані зі сталим розвитком і корпоративною соціальною відповідальністю, загальна кількість яких за період з 1998 року по 2015 рік складає 197 статей, написаних 402 авторами з 43 країн світу. Ці дані свідчать про актуальність цієї проблеми, особливо для підприємств.

На основі дослідження наукових публікацій Lisilene Mello da Silveira та Maira Petrini [3] виділено сім проблем, що стосуються сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності: 1) Онтологія, 2) Фактори прийняття стійких ініціатив, 3) Оцінка ефективності, 4) Соціальний та / або екологічний вплив, 5) Сталий розвиток, звіти, 6) Навчання, 7) Стійкість як стратегія.

У сучасній літературі проблемам соціальної відповідальності присвячено праці таких зарубіжних учених, як: Г. Боуен [4], Д. Краутер [5], Ф. Котлер [6], Дж. Райлі [7], М. Портер [8], М. Фрідман [9], Л. Холм, Р. Уаттс [10] та ін., а також вітчизняних – О. Грішнова [11], О. Карпенко [12], І. Корнева [13], Н. Краснокутська [14], Я. Лагута [15], Т. Лункіна [16], І. Матвійчук [17], Т. Харченко [18], О. Холодницька [19], Н. Шандова [20], О. Шутаєва [21] та ін.

Незважаючи на значну кількість наукових праць, у яких розглядаються проблеми щодо теоретичних основ соціальної відповідальності та практичних аспектів її оцінювання, залишаються недостатньо дослідженими і розробленими питання оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства (СВП), що повинні вирішуватися під час формування та управління сталим розвитком. Враховуючи наявність широкого спектра дефініцій щодо СВ, необхідно здійснити їх систематизацію щодо промислового підприємства, провести порівняльний аналіз методичних підходів щодо оцінки рівня СВ та розробити СВП як інструмент управління сталим розвитком.

**Метою** написання статті є узагальнення та уточнення теоретичних положень щодо соціальної відповідальності промислових підприємств з урахуванням сучасної концепції сталого розвитку в Україні, розробка наукового (дворівнева процедура оцінки) та методичного (розрахунок інтегрального показника СВП) підходів щодо оцінки соціальної відповідальності підприємства, відмінністю яких є узгодженість показників за впливом факторів зовнішнього середовища (за зовнішніми стейкхолдерами) та складовими сталого розвитку підприємства. Досягнення мети базується на виконанні завдань:

1. Проаналізувати сутність поняття СВ, концепції, принципи соціальної відповідальності з виокремленням сутності поняття «соціальна відповідальність підприємства (СВП)» у рамках сталого розвитку;
2. Визначити науковий підхід щодо оцінки СВП як інструменту управління сталим розвитком промислових підприємств та розробити процедуру функціонування;
3. Удосконалити методичний підхід щодо складу показників оцінки СВП.

Методами наукових досліджень задля удосконалення теоретичних основ СВ щодо промислового підприємства є систематизація, формалізація, синтез та аналіз; до побудови методичного підходу до СВП як інструменту управління сталим розвитком підприємства – порівняльний аналіз, дедукція й індукція, методи математичної статистики.

**Результати дослідження.** Категоріально-понятійний апарат, який стосується визначення сутності поняття «соціальна відповідальність», має різні дефініції цього словосполучення – «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна відповідальність», «соціальна відповідальність бізнесу тощо.

Як зазначає О. Грішнова [11, с. 3], «причиною різного розуміння поняття соціальної відповідальності є принципово різні підходи до розуміння цілей організації і навіть ширше – сенсу життя і призначення людини (зокрема підприємця)». Проаналізувавши їх відносно робітника, роботодавця, учасника соціальних, економічних і політичних відносин з державою, діловими партнерами, О. Грішнова дає тлумачення цього терміна як «особливого виду суспільних відносин і закономірний результат розвитку соціально орієнтованої економіки, що є водночас важливим показником економічної, соціальної й політичної зрілості суспільства» [11, с. 8]. Однак таке трактування соціальної відповідальності з точки зору макроекономіки більш стосується макрорівня, тобто держави.

Найбільш повний аналіз тлумачення понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» провела Т. І. Лункіна [16, с. 22]. Вона визначає, що «соціальна відповідальність має різні рівні функціонування (рівень держави, суспільства, особистості), тоді як корпоративна соціальна відповідальність, соціально відповідальний бізнес – це рівень підприємства».

Однак при цьому автор не виокремилася регіональний (мезо-) рівень, який є важливим, оскільки підприємство працює на території окремого регіону та справляє вплив на його життєдіяльність.

Для того щоб визначити власне розуміння поняття соціальної відповідальності підприємства, необхідно проаналізувати характерні риси, тому до наведеного Т. І. Лункіною аналізу соціальної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності авторами роботи проведено уточнення за рівнями управління (макро-, мезо-, мікрорівні):

1. Це політика поведінки з позицій цілей і цінностей суспільства [4] – макрорівень;
2. Вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства [6] – мікрорівень;

3. Внесок в економічний розвиток, що водночас покращує якість життя своїх працівників та їх сімей і суспільства у цілому [10] – мікро- та макрорівень;
4. Добро для бізнесу з точки зору конкурентних переваг за рахунок вирішення соціальних проблем [8] – мікрорівень;
5. Використовування ресурсів і дій, спрямованих на підвищення своїх прибутків [9] – мікрорівень;
6. Зобов'язання, за яким передбачено законом для бізнесу – переслідуюти довгострокові цілі, які корисні для суспільства [7], – мікро- та макрорівень;
7. Концепція залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу [22] – мікрорівень;
8. Відносини між глобальними корпораціями, урядами країн та окремими громадянами [5] – макрорівень;
9. Діяльність підприємства щодо здійснення соціальних програм у межах економічної доцільності (Ф. Євдокимов, М. Губська [23]; Н. Водницька [24]; Є. Суєтенков, М. Пасько [25]; О. Охріменко, Т. Іванова [26]) – мікрорівень;
10. Добровільне зобов'язання підприємства в соціальній, економічній та екологічних сферах, пов'язаних з основною діяльністю підприємства, прийняте підприємством відповідно до законодавства та економічних умов (С. Литовченко, М. Корсакова [27]; А. Грицина [28]), – мікрорівень.

Отже, соціальна відповідальність з точки зору макрорівня – соціально-економічна категорія, що характеризує політику країни щодо цілей та цінностей суспільства, формує взаємовідносини між стейкхолдерами, суб'єктами господарювання та населенням на умовах задоволеності, спрямованих на підвищення прибутковості та покращення якості життя. З точки зору підприємства, соціальна відповідальність характеризується цілями виробництва, що є корисними для країни, призводять до економічного розвитку та прибутковості задля охорони навколишнього середовища та підвищення добробуту працівників і суспільства в цілому.

На відмінну від Т. І. Лункіної [16], О. О. Шутаєва [2, с. 73] визначає, що корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є «добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо, з метою вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою». Вона зазначає, що КСВ впливає на конкурентоспроможність компанії.

Окрім цього, як зазначає Н. С. Краснокутська [14, с. 98], корпоративна соціальна відповідальність пов'язана з теорією свідомого капіталізму, основним стрижнем якої є не максимізація прибутку, а «корисність конкретних стейкхолдерів бізнесу (постачальників, покупців, конкурентів, персоналу, громадських організацій тощо)», що призводить до «позитивного впливу не тільки на окремі компанії, але

і до посилення репутації країн через підвищення їх рангу в глобальних рейтингах» [14, с. 99].

Тобто автор використовує поняття КСВ як на макрорівні – на рівні держави, постачальників, конкурентів, покупців тощо, так і на мікрорівні – підприємства, персоналу тощо. Н. С. Краснокутська [14] підкреслює важливість КСВ для формування відносин між стейкхолдерами та підприємством для ефективного бізнесу та життєдіяльності країни в цілому.

На наш погляд, цей тезис є дуже важливим для суб'єктів господарювання, тому підприємства повинні свідомо будувати найкращі відносини зі стейкхолдерами, але також важливим є формування ефективного внутрішнього середовища та відносин, що складаються у процесі його функціонування.

Я. М. Лагута [15] запропонувала поняття «внутрішня соціальна відповідальність», яке базується на «напрямах реалізації внутрішньої соціальної відповідальності»:

- 1) перед акціонерами (власниками) та інвесторами;
- 2) підтримка і розвиток персоналу;
- 3) взаємозалежність економічної ефективності виробництва та соціальної цінності продукції; екологічна збалансованість виробництва;
- 4) фінансове забезпечення сталого розвитку підприємств за основними принципами КСВ;
- 5) наявність у компанії затвердженої політики і дотримання стандартів якості продукції;
- 6) наявність фірмового стилю, добросовісна рекламна політика, корпоративна благодійність, спонсорська діяльність, високий рейтинг компанії тощо [15, с. 156–157].

На нашу думку, такий підхід є забагато великим, потребує уточнення та конкретизації, тому його практичне використання ускладнено. Окрім цього, Я. М. Лагута [15] не надала чіткого визначення самого поняття «внутрішня соціальна відповідальність». Соціальна відповідальність окремого підприємства не може бути «внутрішньою», оскільки підприємство не існує у вакуумі, воно впливає на життєдіяльність регіону, де працює, та країни в цілому. Отже, використання терміна «внутрішня соціальна відповідальність» є не зовсім точним.

Отже, в роботі пропонується ввести поняття «соціальна відповідальність підприємства (СВП)», під яким розуміється добровільна діяльність підприємства відповідно до законодавства, що направлена на власний сталий розвиток задля збільшення прибутковості, добробуту працівників, мешканців регіону, де працює підприємство, галузь, до якої воно належить, та країна в цілому шляхом виконання економічних, соціальних та екологічних програм.

Теоретичне обґрунтування СВП базується на концептуальних підходах (концепцій) щодо особливостей функціонування та управління соціальною відповідальністю підприємства.

Треба погодитися з деякими науковцями (Дж. Елкінгтон [29], Т. Лункіна [16], С. Литовченко та М. Корсакова [27] та ін.), які визначають, що поняття СВ має однакові проблеми та напрями вирішення зі сталим розвитком країни, регіону, підприємства, тому його доцільно розглядати в контексті зі стратегією або концепцією побудови сталого розвитку. Так, О. О. Карпенко та Н. К. Мандзюк [30] визна-

чили, що концепції є пов'язаними зі складовими сталого розвитку – економічною, соціальною, екологічною та іншими.

Т. О. Харченко та К. П. Веденіна [18, с. 16], Л. О. Матвійчук та К. І. Ткач [17, с. 335] показали, що концепції можна класифікувати як: обов'язки підприємства перед суспільством; зацікавлені сторони (стейкхолдери); економічну відповідальність за результати діяльності; корпоративне громадянство (вирішення соціальних проблем на рівні підприємства та держави); універсальні права (право на працю та соціальний захист); сталий розвиток (контролювання за економічними, екологічними, соціальними наслідками роботи підприємства перед майбутнім поколінням); універсальну (виробництво якісної продукції, інвестиції у розвиток, дотримання законодавства та ін.). В результаті аналізу концепцій Л. О. Матвійчук та К. І. Ткач запропонували «комплексну концепцію КСВ, яка поєднує позитивні риси розглянутих концепцій та врахує основні вимоги для підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання», але методичний підхід щодо її формування у роботі [17, с. 336] не було наведено.

Ознайомлення з наявними вітчизняними [2; 11–18] та зарубіжними [1; 3–10] підходами щодо формування концепцій КСВ показало, що кожна з концепцій базується на меті, яку вирішує СВ, та принципах, за якими формується.

При цьому у стандарті ISO 26000 [31], запропонованому Міжнародною організацією зі стандартизації, встановлені такі принципи: виробництво якісної продукції та послуг для споживачів; інвестиції у розвиток виробництва та людського потенціалу; неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного); побудова добросусідських і взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами; концепція бізнесу, орієнтованого на

підвищення національної конкурентоспроможності; врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних ділової практики; формування громадянського суспільства через партнерські програми, проекти суспільного розвитку [17; 32].

Корнева І. О. [13], аналізуючи наявні підходи до визначення принципів формування КСВ, виділила такі: якісне задоволення запитів споживачів їхньої продукції; дотримання законодавства; забезпечення безпеки праці та інвестування у розвиток людського потенціалу як чинника розвитку компанії; турбота про навколишнє середовище; ефективні інвестиції у розвиток виробництва, орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності в інтересах компанії та суспільства; врахування очікувань і думок зацікавлених сторін, системний підхід до побудови добросовісних і взаємовигідних відносин з ними на основі вимог етики; внесок у розвиток місцевих громад, зокрема, шляхом створення взаємовигідних соціальних партнерств у регіонах присутності підприємств; відкритість і прозорість, розвиток соціальної звітності.

United Nations Global Compact [1] запропонувала стратегію, що базується на десяти принципах, за допомогою яких створюються умови для побудови корпоративної стійкості: відповідати основним обов'язкам в галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією.

У роботі проведено аналіз відомих концепцій (табл. 1), визначено мету та принципи, удосконалено теоретичне обґрунтування за метою та принципами концепції сталого розвитку щодо побудови інструменту управління – СВП (колонка 4 табл. 1). За основу прийнято принципи, які розроблено у стандарті ISO 26000 [31] та у роботі Корневої І. О. [13].

Таблиця 1

Узгодження мети та принципів побудови концепцій СВ

Концепція / підхід	Мета концепції	Принципи побудови концепції	Внесок у розвиток концепції
1	2	3	4
Концепція обов'язків відноситься до етичного або філантропічного підходу	Виконання економічних, правових, етичних та філантропічних обов'язків перед суспільством	Виконання умов законодавства в галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією; врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм у ділової практики (принципи United Nations Global Compact)	За характеристикою концепції [17] встановлено мету та принципи за стандартом ISO 26000
Концепція стейкхолдерів (зацікавлених сторін) відноситься до підходу з позиції соціальних вимог (нормативний)	Дотримання та виконання соціальних вимог на підприємстві	Виконання умов законодавства в галузі прав людини, праці; побудова добросусідських і взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами	За характеристикою концепції [17] встановлено мету та принципи за стандартом ISO 26000 (частково)
Концепція корпоративного громадянства відноситься до підходу з позиції політичного впливу	Любов до людей, використання соціальних інвестицій та певних загальноновизнаних обов'язків перед місцевою громадою	Формування громадянського суспільства через партнерські програми, проекти суспільного розвитку	За характеристикою концепції [17] встановлено мету та принципи за Корневою І. О. (частково)
Концепція універсальних прав відноситься	Дотримання прав людини, прав у сфері праці та поваги		

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
до підходу потрійної результативності діяльності	до оточуючого середовища як необхідних умов для роботи підприємств		
Концепція економічної відповідальності відноситься до інструментального підходу	У рамках законодавства соціальна відповідальність прирівнюється до економічної відповідальності підприємства	Виробництво якісної продукції та послуг для споживачів з метою підвищення рентабельності продажів; інвестиції у розвиток виробництва та людського потенціалу; неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного)	За характеристикою концепції [17] встановлено мету та принципи за Корневою І. О. (частково)
Універсальна концепція відноситься до міжнародного підходу	Виконання правових, економічних, екологічних завдань та соціальних програм	Виробництво якісної продукції та послуг для споживачів; інвестиції у розвиток виробництва та людського потенціалу; неухильне виконання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного); побудова добросусідських і взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами; концепція бізнесу, орієнтованого на підвищення національної конкурентоспроможності; врахування суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних ділових практик; формування громадянського суспільства через партнерські програми, проекти суспільного розвитку	За характеристикою концепції [17] встановлено мету та принципи за Корневою І. О.
Концепція сталого розвитку відноситься до підходу потрійної результативності діяльності (уточнено авторами)	На засадах чинного законодавства дотримання збалансованого використання сукупного потенціалу підприємства, який враховує вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, здійснює розвиток в усіх сферах господарювання (економічній, соціальній, екологічній та енергетичній) на протязі коротко- та довгострокового періоду часу, є узгодженим зі сталим розвитком регіонів та країни в цілому	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) дотримання міжнародного та вітчизняного законодавства (податкового, трудового, екологічного, енергетичного);</li> <li>2) організація процесу виробництва якісної продукції на умовах взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами);</li> <li>3) повне використання сукупного потенціалу підприємства шляхом інвестицій у розвиток виробництва та людський капітал;</li> <li>4) дотримання екологічних норм при виробництві продукції, використання вторинних, альтернативних та нетрадиційних джерел енергії;</li> <li>5) використання суспільних очікувань та загальноприйнятих етичних норм у діловій практиці по відношенню до персоналу, мешканців регіону, власників, партнерів по бізнесу;</li> <li>6) боротьба з корупцією</li> </ol>	За характеристикою концепції [17], [36] встановлено мету та принципи за ISO 26000 (частково), за Корневою І. О. та власними дослідженнями

Джерело: побудовано авторами на підставі [2; 17; 31; 32; 36]

Авторське уточнення мети та принципів концепції сталого розвитку полягає в тому, що за умови збалансованого використання сукупного потенціалу підприємства, який враховує вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, підприємство здійснює розвиток за сферами діяльності (економічній, соціальній, екологічній та енергетичній) протягом коротко- та довгострокового періодів часу, які є узгодженими зі сталим розвитком регіонів та країни в цілому. Цю мету прийнято за основу.

Для її впровадження запропоновано принципи: дотримання міжнародного та вітчизняного законодавства

(податкового, трудового, екологічного, енергетичного); організація процесу виробництва якісної продукції на умовах взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами); повне використання сукупного потенціалу підприємства шляхом інвестицій у розвиток виробництва та людський капітал; дотримання екологічних норм при виробництві продукції, використання вторинних, альтернативних та нетрадиційних джерел енергії; використання суспільних очікувань і загальноприйнятих етичних норм у діловій практиці щодо персоналу, мешканців регіону, власників, партнерів по бізнесу; боротьба з корупцією.

Чітко встановлена мета та принципи функціонування концепції СВП в умовах побудови сталого розвитку дозволяють визначити ієрархію процедури щодо її реалізації та оцінки ефективності використання, що буде розглянуто нижче.

Н. В. Шандова [20, с. 256], розглядаючи наявні концепції СВ, провела паралель між розвитком СВП і життєвим циклом підприємства та визначила шість рівнів розвитку СВ: «базовий, обов'язкова складова КСП; нормативна внутрішня відповідальність, що пов'язана зі здійсненням соціальних програм; участь підприємства у вирішенні значних соціально-економічних проблем суспільства; надання допомоги тим, хто перебуває у скрутних обставинах; участь у національних проектах соціально-економічних проблем суспільства; відповідальність бізнесу за майбутнє суспільства». Автор показала, яким чином змінюється рівень СВП зі зміною його життєвого циклу підприємства.

Проте недоліком цього підходу є те, що автором не акцентується увага на екологічних проблемах, що виникають у підприємства та регіону, де воно працює, а також інших проблемах соціально-економічного забезпечення працівників і мешканців регіону.

Ефективність впровадження запропонованої в роботі концепції СВП в рамках сталого розвитку залежить від мотивів, що спонукають підприємства будувати соціальну відповідальність, розуміння переваг і недоліків, що його підстерігають у процесі створення СВП.

У наукових працях, де розглядаються наявні підходи щодо концепцій СВ [12; 17 та ін.], немає чіткого розмежування мотивів, переваг і недоліків, з якими стикаються підприємства.

Так, Лопашук І. А. [33] визначила мотиви, що необхідні для впровадження соціальної відповідальності та першочергові заходи для ліквідації недоліків щодо її впровадження, але не виділила ці недоліки.

Мосійчук І. [34] указує на мотиви, які спонукають підприємства щодо впровадження соціальної відповідальності, але не визначає переваг і недоліків, а Лункіна Т. [35, с. 27], навпаки, виділяє недоліки та вигоди від використання СВ. Харченко Т. О. та Веденіна К. П. [18] – переваги та недоліки від СВП, але до переваг віднесено мотиви створення СВП (табл. 2). Проте жоден з науковців не визначив мотиви, переваги та недоліки СВП в умовах сталого розвитку підприємства.

Таблиця 2

**Систематизація наукових підходів щодо мотивів, переваг і недоліків щодо використання концепції СВ для суб'єктів господарювання**

Назва концепції, автори	Мотиви	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Концепція сталого розвитку (Лопашук І. А. [33])	<ol style="list-style-type: none"> <li>зробити працевлаштування та залучення пріоритетом на рівні рад директорів, керівництва та виробничо-збутових ланцюгів;</li> <li>сприяти тому, щоб компанії-учасники спілкувались з громадами, містами та регіонами як відповідальні партнери для розвитку та впровадження нових надійних засобів виробництва, споживання та нових джерел доходів;</li> <li>в основу ділової активності ставити принципи прозорості та поваги до прав людини</li> </ol>	Існує низка підприємств (в основному це крупні підприємства, корпоративного типу, які зорієнтовані як на внутрішній, так і на зовнішній ринок), які керуються в своїй діяльності принципами, проголошеними Глобальним договором ООН та іншими нормативними документами, розгортають соціальні проекти, демонструють прозорість діяльності, щорічно публікуючи соціальні звіти, активно долучаються до соціальних та екологічних ініціатив місцевих громад, ведуть добродійну діяльність, створюють комфортні умови функціонування та співробітництва для стейкхолдерів	<ul style="list-style-type: none"> <li>відсутність закону про соціальне підприємництво, що визначав би чіткі критерії соціального підприємництва та створив правові механізми підтримки соціальних підприємств, як це зроблено в країнах ЄС;</li> <li>відсутність спеціальних кредитних і позикових програм для залучення фінансових коштів на першому етапі розвитку соціального підприємництва;</li> <li>відсутність на рівні регіонів, міст, конкретних громад програм з професійного навчання бажаючих для здійснення діяльності у сфері соціального підприємництва;</li> <li>відсутність спеціальних фондів і програм для підтримки соціальних підприємств на рівні державних і місцевих органів влади</li> </ul>
Концепція сталого розвитку (Лункіна Т. І., Власюк І. М. [35])	<p>Розробка заходів щодо зниження:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>зростання рівня конкуренції;</li> <li>загострення проблем зайнятості населення,</li> <li>соціальна нестабільність,</li> <li>погіршення стану навколишнього середовища</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів;</li> <li>формування позитивного іміджу компанії за рахунок підвищення лояльності клієнтів, вартості бренду, налагодження партнерських зв'язків;</li> <li>удосконалення виробничих процесів;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>українські компанії відчувають негативне ставлення до себе, що виявляється у сприйнятті суспільством бізнесу як до багатія, який наживається на чужих проблемах;</li> <li>соціально відповідальні заходи будуть сприйняті як свідчення приховування компаніїю прибутку;</li> </ul>

Закінчення табл. 2

1	2	3	4
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ зростання продуктивності праці, зростання прибутковості діяльності, економія витрат при використанні екологічно безпечного устаткування;</li> <li>▪ стабільність трудових ресурсів;</li> <li>▪ ефективний ризик – менеджмент; залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми КСВ для відповідальних бізнес-лідерів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ проведення позачергових перевірок та органів місцевої влади, які будуть чинити тиск на підприємство і змусувати його взяти на себе податковий фінансовий тягар у вирішенні проблем місцевого рівня; 4) фінансові труднощі та відсутність національного законодавства у сфері регулювання КСВ</li> </ul>
Концепція стейкхолдерів (зацікавлених сторін), (Харченко Т. О., Веденіна К. П. [18])	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) зниження фінансових і нефінансових ризиків, а також підвищення стійкості до можливих кризових ситуацій;</li> <li>2) зростання лояльності співробітників, можливість залучення і утримання висококваліфікованих фахівців і, як наслідок, поліпшення продуктивності праці;</li> <li>3) підвищення ймовірності залучення нових споживачів, формування стійкої лояльності існуючих клієнтів;</li> <li>4) можливість успішної участі в міжнародних бізнес-комунікаціях у зв'язку з виконанням прийнятих в практиці розвинених країн норм і стандартів</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ нарощування нематеріальної складової бізнесу і, відповідно, зростання його капіталізації;</li> <li>▪ формування позитивного сприйняття бізнесу інвесторами і фінансовими інститутами, підвищення його інвестиційної привабливості;</li> <li>▪ формування стійкого партнерства з державними, муніципальними і громадськими інститутами, місцевими громадами;</li> <li>▪ можливість скорочення претензій з боку регулюючих органів та отримання податкових пільг;</li> <li>▪ створення позитивного іміджу та стійкої позитивної ділової репутації бізнесу та ін.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ загрози, пов'язані з порушенням принципу максимізації прибутку, а так само з відсутністю у організації досвіду в цій сфері, що не дає можливість швидко вирішувати соціальні питання, створює проблеми при створенні звітів;</li> <li>▪ визначення внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, форми взаємодії з ними, планування впровадження та організація корпоративної соціальної відповідальності, оцінка ефективності діяльності організації в цій галузі</li> </ul>
Концепція сталого розвитку (Райко Д. В., Подрез О. І. [36] – автори статті)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) зниження рівня конкуренції; <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ участь в міжнародних бізнес-комунікаціях у зв'язку з виконанням прийнятих у практиці розвинених країн норм і стандартів, у тому числі природоохоронного характеру; залучення нових споживачів, формування стійкої лояльності існуючих клієнтів;</li> </ul> </li> <li>2) зниження фінансових і нефінансових ризиків; <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ вирішення проблем соціальної нестабільності та зайнятості;</li> </ul> </li> <li>3) вирішення проблем енергозабезпечення підприємств, працівників, населення, регіону, де працює підприємство</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ розширення доступу до нових ринків за рахунок використання міжнародних стандартів; формування позитивного іміджу компанії за рахунок налагодження відносин зі стрейкхолдерами; удосконалення виробничих процесів при використанні екологічно безпечного енергоефективного устаткування;</li> <li>▪ зростання продуктивності праці, прибутковості, економія витрат, стабільність трудових ресурсів;</li> <li>▪ ефективний ризик – менеджмент; залучення коштів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під програми КСВ для відповідальних бізнес-лідерів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ недосконале податкове, трудове, екологічне та енергетичне законодавство; відсутність спеціальних кредитних і позикових програм; відсутність спеціальних фондів і програм для підтримки соціальних підприємств на рівні державних та місцевих органів влади;</li> <li>▪ фінансові труднощі та відсутність національного законодавства у сфері регулювання СВП</li> </ul>



Таким чином, у табл. 2 систематизовано наукові підходи щодо встановлення мотивів, переваг і недоліків, що трапляються при впровадженні соціальної відповідальності у діяльність суб'єктів господарювання, та запропоновано авторський погляд їх щодо СВП в рамках сталого розвитку.

Для формування ефективної СВП у рамках сталого розвитку враховано мотиви, переваги та недоліки щодо її впровадження з метою:

1. Використання провідного міжнародного досвіду щодо зниження рівня конкуренції; прийняття участі в міжнародних бізнес-комунікаціях у зв'язку з виконанням прийнятих у практиці розвинених країн норм і стандартів, у тому числі природоохоронного характеру; залучення нових споживачів, формування стійкої лояльності існуючих клієнтів; зниження фінансових і нефінансових ризиків; вирішення проблем соціальної нестабільності та зайнятості; вирішення проблем енергозабезпечення підприємств, працівників, населення, регіону, де працює підприємство, дозволить підприємству побудувати збалансовану систему показників оцінки ефективності СВП у рамках сталого розвитку;
2. Одержання певних переваг від СВП у рамках сталого розвитку: розширення доступу до нових

ринків за рахунок використання міжнародних стандартів; формування позитивного іміджу компанії за рахунок налагодження відносин зі стрейкхолдерами; удосконалення технологічних процесів при використанні екологічно безпечного й енергоефективного устаткування; економія витрат на використанні вторинних енергоносіїв; зростання продуктивності праці та прибутковості виробництва, стабільність трудових ресурсів; зниження виробничих і фінансових ризиків; вивільнення коштів для проведення «соціальних інвестицій»;

3. Ліквідація недоліків, що виникають у процесі впровадження СВП в умовах сталого розвитку: покращення податкового, трудового, екологічного та енергетичного законодавства; утворення спеціальних кредитних і позикових програм; утворення спеціальних фондів і програм для підтримки соціальних підприємств на рівні державних та місцевих органів влади; ліквідація фінансових труднощів і побудова національного законодавства у сфері регулювання СВП.

На підставі проведеного дослідження побудовано модель формування теоретичних основ та методичних підходів до визначення поняття «соціальна відповідальність» (рис. 1).

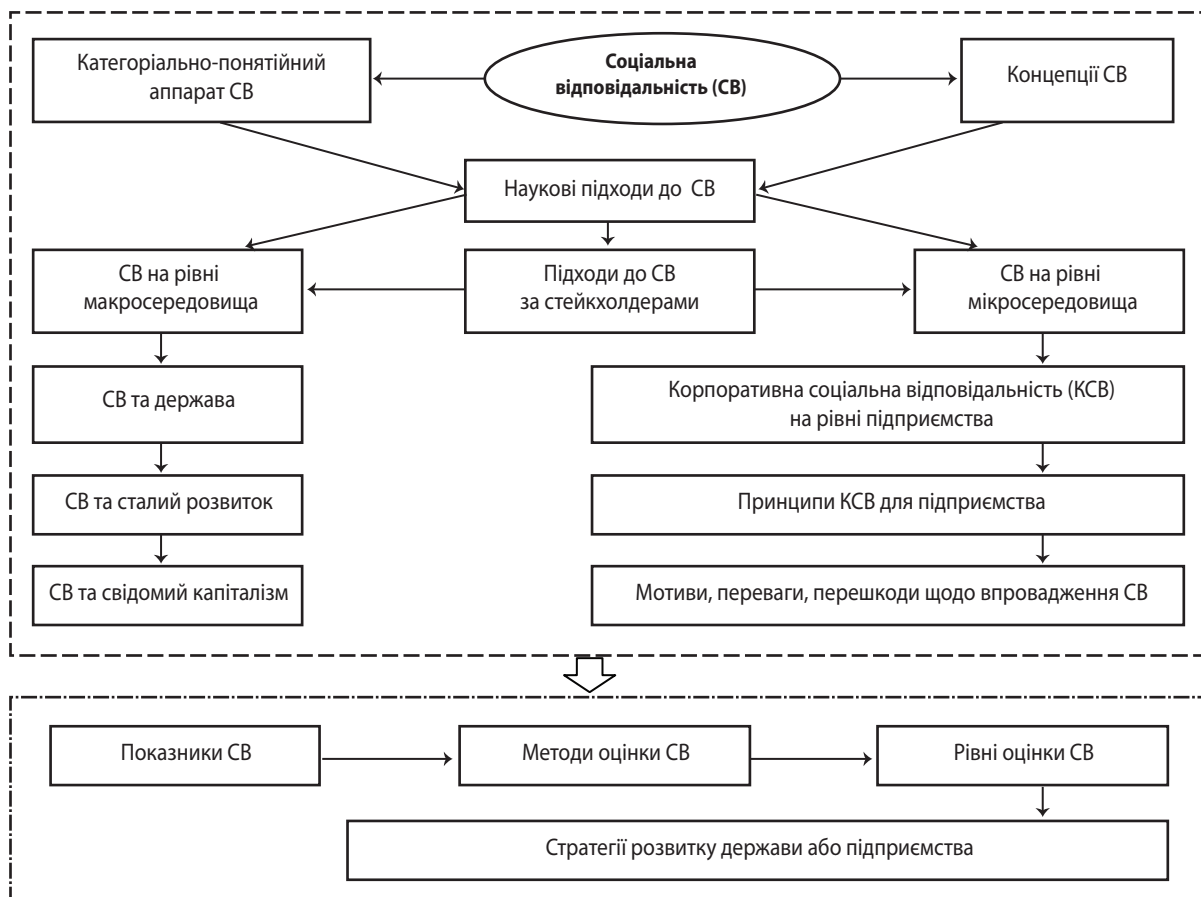


Рис. 1. Модель формування теоретичних основ та методичних підходів до соціальної відповідальності (СВ)

Джерело: побудовано авторами на основі систематизації робіт [2; 4–36]

Кожне управлінське рішення потребує оцінки з точки зору його ефективності або результативності щодо використання. У наукових працях щодо оцінки ефективності СВ показники розподіляються за суб'єктами дослідження (країна, компанія) та за науковими підходами авторів (міжнародні та вітчизняні).

До міжнародних індексів, що використовуються для оцінки СВ на рівні держави та характеризують сталий розвиток за Краснокутською Н. С., відносяться [37]:

1. Рівень сталого розвитку країн (Country sustainability ranking, CSR), що «ґрунтується на дослідженні широкого кола екологічних, соціальних і управлінських чинників, які в сукупності найбільш повно описують принципи свідомого капіталізму»;
2. Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, GCI), сукупність змінних якого «комплексно описує бізнес-клімат у країнах за напрямками: якість інституціонального середовища та інфраструктури; макроекономічна стабільність; здоров'я і рівень освіти; ефективність ринку товарів і послуг, ринку праці; розвиненість фінансового ринку; рівень технологічного та інноваційного розвитку; потенціал внутрішнього ринку»;
3. Глобальний індекс інноваційного розвитку (Global Innovation Index, GII), який «розраховується за результатами щорічного дослідження міжнародної бізнес-школи INSEAD та Всесвітньої організації інтелектуальної власності WIPO. Ключовими об'єктами цього дослідження є стан інноваційного потенціалу та результати його реалізації»;
4. Індекс людського розвитку (Human Development Index, HDI); «визначається експертами ООН і враховує три види метрик: 1) рівень життя населення за показником валового національного доходу на душу населення за паритетом купівельної спроможності; 2) рівень грамотності населення (з урахуванням тривалості навчання); 3) рівень довголіття»;
5. Індекс щастя (Ranking of Happiness, RH), який «враховує показники рівня ВВП на душу населення, рівня соціальної підтримки, тривалості здорового життя, рівня свободи життєвого вибору, рівня поширеності щедрості (благодійності), сприйняття корупції та довіри у суспільстві»;
6. Індекс якості життя (Quality of Life Index, QLI). який пов'язує результати досліджень суб'єктивних оцінок життя (рівень політичної стабільності та безпеки, політичних і громадянських свобод) в країнах з об'єктивними детермінантами якості життя (відвідуваність церкви, профспілок, якість сімейного життя (рівень розлучень), рівень ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності, рівень безробіття, статеві рівності)» [37, с. 335–336].

До міжнародних індексів, що використовуються для оцінки СВ на рівні корпорації, відносяться [37]:

1. Індекс стійких компаній Доу-Джонса ((Dow Jones Sustainability Indexes, DJSI), використання якого,

за думкою Краснокутської Н. С., з одного боку, надає можливість інвесторам і менеджерам кваліфіковано враховувати соціально-екологічні параметри під час прийняття ними рішень на фондовому ринку, а з іншого — дозволяє сформувати спеціальну структуру для поширення кращої практики управління соціальним розвитком;

2. FTSE4 Good Index Series, які Британська фондова біржа розробила для компаній, що демонструють потужні соціальні, екологічні та управлінські практики, є відстеження динаміки зміни капіталізації цих компаній і стимулювання інвестицій у їх розвиток;
3. Показник економічної доданої цінності (Economic Value Added, EVA) відображає фінансові інтереси власників і має стратегічну спрямованість.

Окрім розглянутих індексів, що у міжнародній практиці використовують, В. А. Євтушенко [38] до названих індексів додає:

4. Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index), що характеризує добродійність та взаємовідносини з партнерами по бізнесу, але не враховує економічні та екологічні результати діяльності;
  5. Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group), що характеризує соціальну залученість підприємства.
- О. А. Буян [39] додає індекси та методи:
6. Індекс Domini Social Investment (DSI 400), за допомогою якого проводять рейтинги KLD підприємств за 9 факторами оцінки соціальних, екологічних та управлінських показників, але не розглядають взаємовідносини з усіма стекхолдерами;
  7. Стандарт SA 8000 [40], що оцінює соціальні аспекти управління підприємством, але не враховує економічні та екологічні результати діяльності;
  8. Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line) – економічні, соціальні та екологічні результати діяльності, але не розглядають взаємовідносини з усіма стекхолдерами;
  9. Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard) – фінансові показники, відносини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси, інновації в навчання, але не розглядають екологічні результати діяльності та взаємовідносини з органами державної служби;
  10. Європейська модель якості (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence) – відповідальність перед споживачами за якість продукції, але не враховує економічні та екологічні результати діяльності, а також взаємовідносини з іншими стекхолдерами.

Доцільно зазначити, що наведені показники-індекси (з 1 по 6) є глобальними, тому що використовуються для оцінки СВ та сталого розвитку країни, а інші індекси використовуються не тільки на макрорівні, але й для підприємств та корпорацій. Проте для їх використання в Україні відсутні чіткі методики щодо розрахунку.

Одним з із завдань представленої статті є обґрунтування показників оцінки соціальної відповідальності під-

приємств, тому, розглянемо методичні рекомендації вітчизняних науковців щодо оцінки СВ підприємств (табл. 3).

При цьому деякі автори надають склад показників за встановленими видами відповідальності (Бочарова Н. А. та Щепиліна А. К. [41], Кулик С. М. та Довгань О. М. [42] та ін.), за складом зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (Бочарова Н. А. та Щепиліна А. К. [41],

Комарова К. В., та Ковальчук Н. В. [43] та ін.), за показниками, що характеризують умови праці, кваліфікацію персоналу та соціальний менеджмент (Холодницька А. В. [19]), за якісними та кількісними показниками (Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. [44]) за стекхолдерами та видами діяльності підприємства – економічна, соціальна та екологічна (Деліні М. М. [45], Краснокутська Н. С. та Салім Госн [46]).

Таблиця 3

## Аналіз наукових підходів щодо оцінки КСВ підприємства

Автор, джерело	Склад показників за групами показників
Холодницька А. В. [19, с. 160–161]	Показники, що характеризують умови праці працівників підприємства; показники, що характеризують соціально-побутові умови працівників організації; показники соціальної ефективності управління, що характеризують кваліфікацію працівників; показники соціальної ефективності менеджменту, що характеризують організацію і мотивацію праці
Бочарова Н. А., Щепиліна А. К. [41]	Показники зовнішнього та внутрішнього напрямку КСВ за видами відповідальності: 1. Організаційно-економічна; 2. Правова; 3. Техніко-технологічна; 4. Екологічна; 5. Соціально-культурна; 6. Етична; 7. Філантропічна
Дерев'яно Т. А. [47]	Індекс КСВ до зовнішнього середовища підприємства (екологічна складова, відношення споживачів, рівень зовнішньої корупції, доброчинність) та індекс КСВ до внутрішнього середовища (практика управління персоналом, організація праці, рівень внутрішньої корупції)
Євтушенко В. А. [38]	Стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» найповніше відбив всі сучасні теми і актуальні проблеми, застосовні до КСВ. Тому рекомендується починати внутрішню оцінку КСВ з виділення 7 основних напрямків КСВ, що представлені в стандарті: організаційне управління; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; сумлінні ділові практики; проблеми, пов'язані із споживачами, участь в житті спільнот та їх розвиток. Оцінювання об'єкту КСВ будь-яким методом потребує використання певної системи показників. Виділяють часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники оцінки КСВ
Комарова К. В., Ковальчук Н. В. [43]	Складові зовнішньої (кредити на благодійні цілі, фінансова і матеріальна допомога, стипендіальні програми, робота в асоціаціях над законодавчими ініціативами, партнерські проекти з владою, волонтерська діяльність, корпоративна філантропія у формі підтримки значущих подій) та внутрішньої корпоративної стратегії (соціальні інвестиції, наукові і практичні розробки, екологічна програма, етичні та інші стандартні роботи, кар'єрний ріст персоналу)
Кулик С. М., Довгань О. М. [42]	Економічна, екологічна, суспільна та трудова СВ
Деліні М. М. [45]	Працівники, власники, споживачі, постачальники, конкуренти
Кусик Н.Л., овалевська А. В. [44]	Якісна (індекс соціальних інвестицій для і-го підприємства, індекс соціальних інвестицій для j-ї ознаки (ІКj), Загальний якісний індекс соціальних інвестицій (ІК) та кількісна оцінка КСВ підприємства (Індекс питомих соціальних інвестицій (ІЛ), частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх продажів (ІS), Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх прибутків до оподаткування (ІP)
Краснокутська Н.С., Салім Госн [46]	Інтегральний показник оцінки за групами стекхолдерів: персонал, власники, інвестори, клієнти, постачальники, держава та регулюючі організації, конкуренти, наукові організації, засоби масової інформації, а також якісна оцінка соціальних та екологічних інтересів за групами стекхолдерів

Таким чином, в економічній літературі як зарубіжного, так і вітчизняного походження немає єдиного підходу щодо оцінки СВП, тому представлено науковий підхід, який спирається на те, що підприємство повинно будувати сталий розвиток за чотирма складовими – економічна, соціальна, екологічна та енергетична [36] (рис. 2).

Запропонований науковий підхід відрізняється від існуючих тим, що оцінка соціальної відповідальності здійснюється за умов досягнення підприємством рівня економічної самодостатності (перший рівень), під якою автори статті розуміють наявність збалансованого випуску та реалізації продукції протягом певного часу та приносить ста-

більний дохід й чистий прибуток. Це можливо тоді, коли у підприємства налагоджені взаємостосунки з постачальниками, клієнтами, органами державної служби, науководослідницькими інститутами та фінансово-кредитними установами, тобто зі стейкхолдерами. Тоді підприємство переходить на другий рівень та проводить оцінку соціальної відповідальності. На рис. 2 видно, що за рахунок збільшення доходів підприємство здійснює заходи щодо утилізації вторинних енергоресурсів, охорони навколишнього середовища та збільшення матеріального забезпечення працівників, а за рахунок чистого прибутку – збільшення соціальних програм і зниження травматизму.

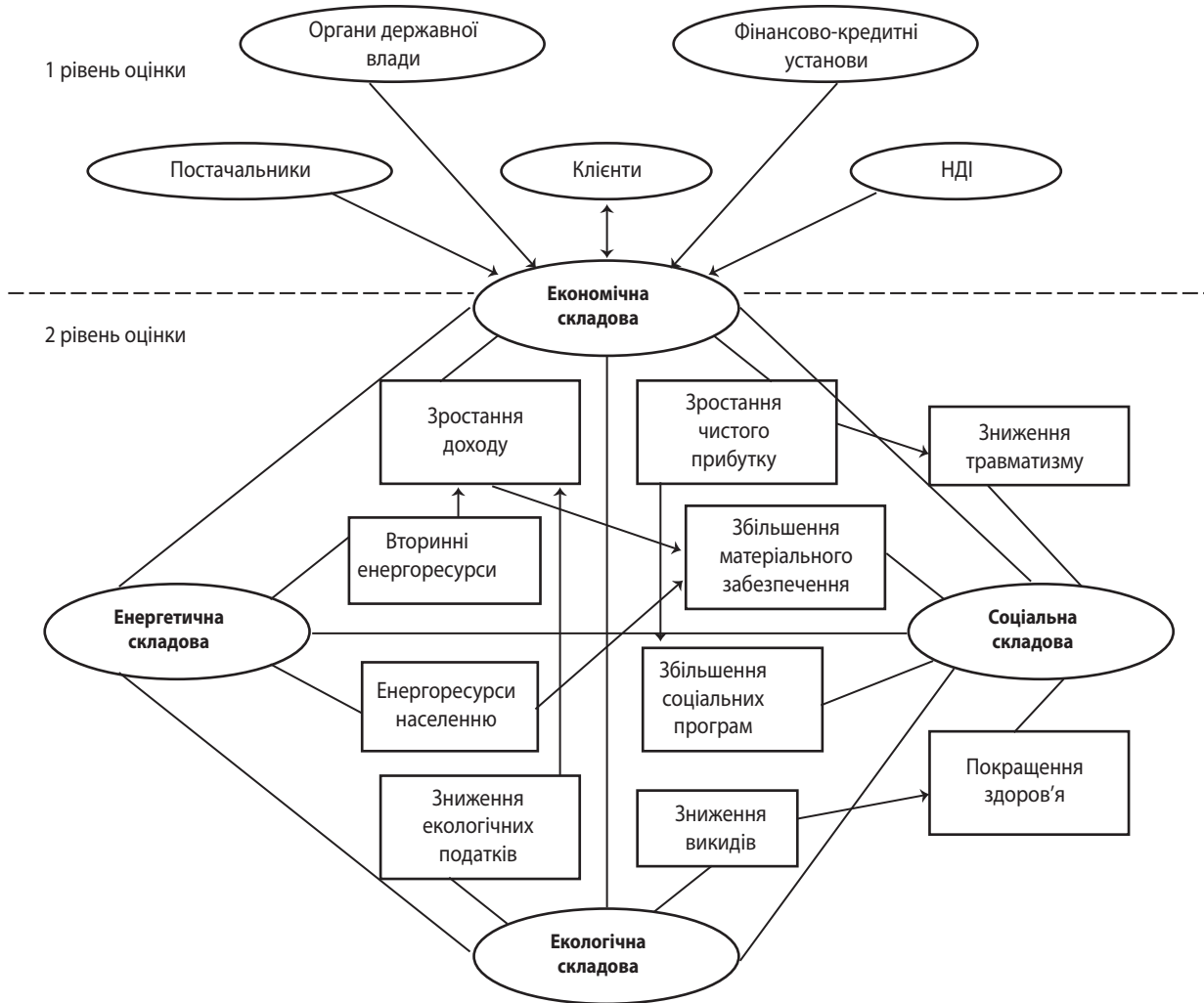


Рис. 2. Процедура оцінки соціальної відповідальності підприємства за двома рівнями в рамках сталого розвитку

Джерело: побудовано авторами на основі [36; 46]

Енергетична складова впливає на зниження витрат на первинні енергоресурси (збільшення доходу), передачу вторинних ресурсів населенню за внутрішніми цінами (зниження комунальних витрат) та збільшення матеріального забезпечення працівників та населення регіону, де працює підприємство. За рахунок утилізації вторинних енергоносіїв знижуються викиди шкідливих речовин, що покращує здоров'я працівникам і мешканцям регіону, а також знижує екологічні платежі, за рахунок чого збільшується дохід підприємства.

Таким чином, запропонований науковий підхід відрізняється від наявних тим, що акцентує увагу на внутрішній взаємодії складових сталого розвитку через показники, що є узгодженими з метою його побудови та соціальною відповідальністю підприємства. Окрім цього, СВП покращує СВ в регіоні, де працює підприємство.

На підставі процедури оцінки СВП (рис. 2) наведено методичний підхід щодо розрахунку інтегрального показника оцінки СВП, який проводиться за двома рівнями оцінювання. На першому проводиться оцінка за складом зовнішнього середовища за основними стейкхолдерами, від

взаємодії з якими залежить економічна складова підприємства. Найбільш реальними щодо оцінювання є показники, які запропоновано Краснокутською Н. С. та Салім Госн [46] та взято за основу (табл. 4). Проте до складу стейкхолдерів не включено: персонал, оскільки він відноситься до внутрішніх стейкхолдерів; інвесторів, оскільки інвестування у промислові підприємство здійснюється, переважно за власні кошти; конкурентів – дуже низька конкуренція; засоби масової інформації – металургійний комплекс, важке машинобудування та ін. галузі майже не потребують PR-кампаній. До зазначеного складу додано у якості зовнішніх стейкхолдерів фінансово-кредитні установи, оскільки промислові підприємства потребують кредитних ресурсів.

За даними показниками проводимо інтегральну оцінку впливу зовнішніх стейкхолдерів на економічну складову розвитку підприємства, розраховуємо інтегральний показник:

$$I_B = \sqrt{T_{\text{ВК}} \times T_{\text{РАВ}}}, \quad (1)$$

$$I_K = \sqrt[2]{T_{\text{ПЦ}} \times T_{\text{РОП}} \times T_{\text{РОАЗ}}}, \quad (2)$$

Показники оцінки впливу зовнішніх стейкхолдерів на економічну складову сталого розвитку підприємства (перший рівень оцінки)

Зовнішні стейкхолдери	Показники впливу на економічну самодостатність підприємства
Власники ( $I_B$ )	Темп зростання власного капіталу ( $T_{P_{ВК}}$ )
	Темп зростання дивідендних виплат ( $T_{P_{ДВ}}$ )
Клієнти ( $I_K$ )	Темп зростання цін на продукцію ( $T_{P_C}$ )
	Темп зростання обсягів продажів ( $T_{P_{ОП}}$ )
	Темп зростання періоду оборотності дебіторської заборгованості ( $T_{P_{СДЗ}}$ )
Постачальники ( $I_P$ )	Темп росту закупівельних цін на сировину ( $T_{P_{ЦС}}$ )
	Темп зростання обсягів закупівель ( $T_{P_{ОЗ}}$ )
	Темп зростання періоду оборотності кредиторської заборгованості ( $T_{P_{ОКЗ}}$ )
Органи державного управління ( $I_{ОДУ}$ )	Темп зростання податкових надходжень ( $T_{P_{ПН}}$ )
	Темп зростання зайнятості ( $T_{P_3}$ )
НДІ ( $I_{НДІ}$ )	Темп зростання доходів від спільних проектів ( $T_{P_{ДП}}$ )
	Темп зростання витрат від спільних проектів ( $T_{P_{ВП}}$ )
Фінансово-кредитні установи ( $I_{ФКУ}$ )	Темп зростання обсягів кредитів короткострокових ( $T_{P_{ОКК}}$ )
	Темп зростання обсягів кредитів довгострокових ( $T_{P_{ОКД}}$ )
	Темп зростання вартості кредитів короткострокових ( $T_{P_{ВКК}}$ )
	Темп зростання вартості кредитів довгострокових ( $T_{P_{ВКД}}$ )

$$I_{П} = \sqrt[3]{T_{P_{ЦС}} \times T_{P_{ОЗ}} \times T_{P_{ОКЗ}}}, \quad (3)$$

$$I_{ОДУ} = \sqrt{T_{P_{ПН}} \times T_{P_3}}, \quad (4)$$

$$I_{НДІ} = \sqrt{T_{P_{ДП}} \times T_{P_{ВП}}}, \quad (5)$$

$$I_{ФКУ} = \sqrt[4]{T_{P_{ОКК}} \times T_{P_{ОКД}} \times T_{P_{ВКК}} \times T_{P_{ВКД}}}, \quad (6)$$

$$I_{ЗТ} = \sqrt[5]{I_B \times I_K \times I_{П} \times I_{ОДУ} \times I_{НДІ} \times I_{ФКУ}}. \quad (7)$$

Другий рівень оцінки СВП здійснюється за показниками, що наведено у табл. 5.

На підставі вищезазначеного проведені розрахунки:

1) Економічної складової:

$$I_E = \sqrt{T_{P_{ДП}} \times T_{P_{ВП}}}, \quad (8)$$

2) Соціальної складової:

$$I_C = \sqrt[4]{I_{МЗ} \times I_{СП} \times I_{ПЗ} \times I_{ЗТ}}, \quad (9)$$

$$I_{МЗ} = \sqrt[3]{T_{P_{ЗП}} \times T_{P_{П}} \times T_{P_{ЗЕ}}}, \quad (10)$$

$$I_{СП} = \sqrt{T_{P_{Н}} \times T_{P_{МП}}}, \quad (11)$$

$$I_{ПЗ} = T_{P_{ЗН}}, \quad (12)$$

$$I_T = T_{P_{ЗТ}}, \quad (13)$$

3) Екологічної складової:

$$I_{ЕК} = \sqrt{T_{P_{ШВ}} \times T_{P_{Зен}}}, \quad (14)$$

4) Енергетичної складової:

$$I_{ЕН} = \sqrt{T_{P_{Вс}} \times T_{P_{ен}}}. \quad (15)$$

Інтегральний показник оцінки СВП в умовах сталого розвитку за другим рівням розраховується за формулою:

$$I_{СП} = \sqrt[4]{I_E \times I_C \times I_{ЕК} \times I_{ЕН}}. \quad (16)$$

Загальна СВП (з урахуванням 1 та 2 рівнів управління) в умовах сталого розвитку визначається за формулою:

$$I_{СВП} = \sqrt{I_{ЗТ} \times I_{СП}}. \quad (17)$$

**Висновки.** На підставі узагальнення та уточнення наукових підходів щодо сутності соціальної відповідальності та методичних підходів щодо її оцінки встановлено:

1. Соціальна відповідальність з точки зору макрорівня – соціально-економічна категорія, що характеризує політику країни щодо цілей та цінностей суспільства, формує взаємовідносини між стейкхолдерами, суб'єктами господарювання та населенням на умовах задоволеності, спрямованих на підвищення прибутковості та покращення якості життя.

Показники другого рівня оцінки СВП у рамках сталого розвитку (другий рівень оцінки)

Складові розвитку підприємства	Показники оцінки впливу СВП на сталий розвиток підприємства
Економічна складова ( $I_E$ )	Темп зростання доходу підприємства ( $T_{P_{дп}}$ )
	Темп зростання чистого прибутку підприємства ( $T_{P_{чп}}$ )
Соціальна складова ( $I_C$ ):	
1. Матеріальне забезпечення ( $I_{МЗ}$ )	Темп зростання заробітної плати працівників ( $T_{P_{зп}}$ )
	Темп зростання премій та матеріального заохочення ( $T_{P_n}$ )
	Темп зниження витрат персоналу (мешканців регіону) на комунальні послуги за рахунок одержаних обсягів енергоносіїв від підприємства ( $T_{3_{ве}}$ )
2. Соціальні програми ( $I_{ПЗ}$ )	Темп зростання витрат підприємства на навчання персоналу ( $T_{P_H}$ )
	Темп зростання витрат підприємства на медичні програми ( $T_{P_{МП}}$ )
3. Покращення здоров'я ( $I_{ПЗ}$ )	Темп зниження відсотка непрацездатності персоналу (мешканців регіону) за рахунок скорочення шкідливих викидів ( $T_{3_H}$ )
4. Зниження травматизму ( $I_T$ )	Темп зниження коефіцієнта травматизму персоналу ( $T_{3_T}$ )
Екологічна складова: ( $I_{ЕК}$ )	Темп зниження шкідливих викидів ( $T_{P_{ШВ}}$ )
	Темп зниження екологічних платежів ( $T_{3_{ен}}$ )
Енергетична складова ( $I_{ЕН}$ )	Темп зростання виробництва вторинних енергоносіїв ( $T_{P_{Ре}}$ )
	Темп зростання обсягів енергоносіїв (у вартісному вигляді), що передані персоналу (мешканцям регіону) за внутрішніми цінами ( $T_{P_{ен}}$ )

З точки зору підприємства соціальна відповідальність характеризується цілями виробництва, що є корисними для країни, призводять до економічного розвитку та прибутковості задля охорони навколишнього середовища та підвищення добробуту працівників і суспільства в цілому.

- Введено поняття «соціальна відповідальність підприємства (СВП)», під яким розуміється добровільна діяльність підприємства відповідно до законодавства, що направлена на власний сталий розвиток задля збільшення прибутковості, добробуту працівників, мешканців регіону, де працює підприємство, галузь, до якої воно належить, та країна в цілому шляхом виконання економічних, соціальних та екологічних програм.
- Запропонована модель формування теоретичних основ та методичних підходів щодо соціальної відповідальності (СВ), за допомогою якої:
  - систематизовано наявні тлумачення основних понять щодо сутності СВ як для розвитку країни, регіону, так і для окремого підприємства;
  - проведено аналіз відомих концепцій СВ за характером, метою, принципами дії, мотивами, перевагами, недоліками та виявлено особливості соціальної відповідальності підприємства в рамках сталого розвитку;
  - визначено сучасні особливості щодо формування показників і методів оцінки соціальної відповідальності для макро- та мікрорівня;
  - виявлено вплив результатів оцінки рівня соціальної відповідальності на стратегію розвитку суб'єкта господарювання.

- Розроблено науковий підхід, який відрізняється від наявних тим, що оцінка соціальної відповідальності підприємства проводиться за двома рівнями відповідно до наведеної процедури. На першому рівні здійснюється оцінка економічної складової за результатами взаємозв'язків із постачальниками, клієнтами, органами державної служби, науково-дослідницькими інститутами та фінансово-кредитними установами. При цьому до складу відомих стейкхолдерів додано фінансово-кредитні установи. Налагодження взаємовигідних відносин зі стейкхолдерами дозволяє підприємству збільшити доходи та чистий прибуток. Тільки за умов досягнення підприємством рівня економічної самодостатності переходять до другого рівня оцінки СВП. Під економічною самодостатністю підприємства автори статті розуміють наявність збалансованого випуску та реалізації продукції протягом певного часу, яка приносить стабільний дохід і чистий прибуток.

На другому рівні здійснюється оцінка соціальної відповідальності підприємства за чотирма складовими сталого розвитку – економічна, соціальна, екологічна та енергетична. За рахунок доходів і чистого прибутку (економічна складова) проводяться заходи за екологічною, енергетичною та соціальною складовими, ефективність яких оцінюється на другому рівні.

До відомих складових сталого розвитку додано енергетичну, за допомогою якої підприємство в змозі здійснювати заходи щодо енергетичного забезпечення працівників та мешканців регіону, де працює підприємство, та впливати на життєдіяльність регіону.

5. Відповідно до запропонованої процедури удосконалено методичний підхід до розрахунку загального інтегрального показника оцінки соціальної відповідальності підприємства в рамках сталого розвитку. Він складається з показників оцінки впливу зовнішніх стейкхолдерів на економічну складову (перший рівень оцінки) та економічної на екологічну, енергетичну та соціальну складові. При цьому враховуються показники, які характеризують діяльність підприємства щодо покращення умов життя мешканців регіону, де працює підприємство. Методичний підхід базується на використанні індексного методу. Він відрізняється від існуючих тим, що встановлено показники за стейкхолдерами, та за складовими (економічна, соціальна, екологічна та енергетична).

## ЛІТЕРАТУРА

1. United Nations Global Compact. URL: <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>
2. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 273. С. 73–78.
3. Lisilene Mello da Silveira, Maira Petrini. Sustainable Development and Corporate Social Responsibility: a bibliometric analysis of International Scientific Production. *Gest. Prod.*, Sao Carlos. 2018. Vol. 25, No. 1. P. 56–67.  
DOI: 10.1590/0104-530X3173-16
4. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. N. Y.: Harper & Row, 1953. 198 p.
5. Crowther D., Lauesen L. (Eds.) Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility. Edward Elgar Publishing, 2017. 501 p.
6. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
7. Визначення: корпоративна соціальна відповідальність. URL: <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-taender.html>
8. Porter, M., Kramer, M. Creating Shared Value: How to Re-invent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth. *Harvard Business Review*. 2011. Vol. 89 (1/2). P. 62–77.
9. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*. September, 13, 1970. P. 122–126.
10. Holme L., Watts R. Corporate social responsibility: Making Good Business Sense. Conches-Geneva, Switzerland: World Business Council for Sustainable Development, 2000. URL: [http://research.dnv.com/csr/PW\\_Tools/PWD/1/00/L/1-00-L-2001-01-0/lib2001/WBCSD\\_Making\\_Good\\_Business\\_Sense.pdf](http://research.dnv.com/csr/PW_Tools/PWD/1/00/L/1-00-L-2001-01-0/lib2001/WBCSD_Making_Good_Business_Sense.pdf)
11. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 3–8.
12. Карпенко О. О., Мандзюк Н. К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>
13. Корнева І. О. Соціальна корпоративна відповідальність як інструмент покращення результатів роботи підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). С. 618–621.
14. Краснокутська Н. С. Корпоративна соціальна відповідальність як принцип свідомого капіталізму. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Сер.: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2017. № 29 (1251). С. 98–102.
15. Лагута Я. М. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємств: основні теоретичні та практичні аспекти. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 3 (08). С. 153–157.
16. Лункіна Т. І. Соціальна відповідальність як складова частина збалансованого розвитку держави. *Інтелект XXI*. 2016. № 5. С. 20–23.
17. Матвійчук Л. О., Ткач К. І. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності. *Економіка і суспільство*. 2016. № 6. С. 332–337.
18. Харченко Т. О., Веденіна К. П. Принципи корпоративної соціальної відповідальності як фактор формування конкурентних переваг організації. *Економічні студії*. 2017. № 5 (18). С. 15–19.
19. Холодницька А. В. Актуальні аспекти підвищення соціальної ефективності управління. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2012. № 4 (16). С. 159–162.
20. Шандова Н. В. Корпоративний розвиток соціальної відповідальності в контексті життєвого циклу організації. *Економічний простір*. 2015. № 102. С. 249–259.
21. Шутаєва О. О. Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 273. С. 73–78.
22. European Alliance for CSR. URL: <https://www.business-europe.eu/european-alliance-csr>
23. Євдокимов Ф. І., Губська М. В. Соціальний капітал підприємства: методи виміру. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2006. № 1. С. 78–85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2006\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2006_1_14)
24. Гончарова С. Ю., Водницька Н. В. Соціальна відповідальність та роль компенсаційного пакету в її формуванні. *Научные труды ДонНТУ*. Серия: экономическая. 2006. № 103-2. С. 111–118.
25. Суетенков Е. Н., Пасько Н. И. Основы менеджмента: учеб. пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005. 240 с.
26. Охріменко О. О., Іванова Т. Соціальна відповідальність: [навч. посіб.]. Київ, 2015. 180 с. URL: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>
27. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, лидеры общественного мнения и эксперты оценивают социальную роль бизнеса в России / под. ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. М.: Ассоциация менеджеров, 2003. 100 с.
28. Грицина Л. А. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств: зарубіжний та вітчизняний досвід. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10 (1). С. 99–102.
29. Elkington J. Enter the Triple Bottom Line // The Triple Bottom Line: Does it All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR / A. Henriques, J. Richardson. London: Earthscan, 2004. P. 1–16.
30. Карпенко О. О., Мандзюк Н. К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1153/>
31. Стандарти ISO 26000 – Social responsibility. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

32. Поважний О. С., Орлова Н. С., Харламова А. О. Корпоративне управління : підручник. Київ : Кондор, 2013. 244 с.

33. Лопашук І. А. Актуалізація соціального вектору функціонування підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 2.

DOI: 10.32702/2307-2105-2020.2.50

34. Мосійчук І. В. Корпоративна соціальна відповідальність як основа сучасного розвитку економіки України. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія : Економічні науки. 2015. № 3 (15). URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_3\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_3_15)

35. Лункіна Т. І., Власюк І. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення. *Modern Economics*. 2017. № 1. С. 24–30.

36. Райко Д. В., Подрез О. І. Формування інструментів управління промисловими підприємствами за теоретичним і функціональним підходами. *Бізнес Інформ*. 2018. № 3. С. 386–393.

37. Краснокутська Н. С. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на репутацію країн. *ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*. 2018. С. 333–338. URL: <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/24216>

38. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46 (1019). С. 53–63.

39. Буян О. А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія «Економіка». 2012. № 6 (2). С. 159–165.

40. Стандарт SA 8000. URL: [https://www.assistem.kiev.ua/doc/sa\\_8000-2001\\_rus.pdf](https://www.assistem.kiev.ua/doc/sa_8000-2001_rus.pdf)

41. Бочарова Н. А., Щепилина А. К. Інтегральна оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Економіка транспортного комплексу*. 2018. Вип. 31. С. 45–62.

DOI: 10.30977/ETK.2225-2304.2018.31.045

42. Кулик С. М., Довгань О. М. Оцінка стану і перспективи розвитку соціальної відповідальності аграрного бізнесу. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 4. С. 195–204.

43. Комарова К. В., Ковальчук Н. В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5–6. С. 25–30.

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

45. Деліні М. М. Показники оцінки соціально-економічної відповідальності підприємництва в Україні. *Проблеми економіки*. 2017. № 4. С. 263–270.

46. Краснокутська Н. С., Госн С. Оцінка загальної задоволеності взаємовідносинами зі стейкхолдерами. *European cooperation*. 2019. № 3 (43). С. 81–95.

47. Дерев'яно Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2017. Вип. 34. С. 76–82.

## REFERENCES

Bocharova, N. A., and Shchepylina, A. K. "Integralna otsinka rivnia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva" [Integral Assessment of the Level of Corporate Social Responsibility of the Enterprise]. *Ekonomika transportnoho kompleksu*, no. 31 (2018): 45-62.

DOI: 10.30977/ETK.2225-2304.2018.31.045

Bowen, H. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 1953.

Buian, O. A. "Pidkhydy do otsinky efektyvnosti korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv v Ukraini" [Approaches to Assessing the Effectiveness of Corporate Social Responsibility of Enterprises in Ukraine]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya «Ekonomika»*, no. 6 (2) (2012): 159-165.

Crowther, D., and Lauesen, L. *Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility*. Edward Elgar Publishing, 2017.

Derevianko, T. A. "Otsinka sotsialnoi vidpovidalnosti ta yii vykorystannia v praktytsi pidpriemstv" [Assessment of Social Responsibility and its use in the Practice of Enterprises]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, no. 34 (2017): 76-82.

Dielini, M. M. "Pokaznyky otsinky sotsialno-ekonomichnoi vidpovidalnosti pidpriemnytstva v Ukraini" [Indicators for Assessing the Socio-Economic Responsibility of Entrepreneurship in Ukraine]. *Problemy ekonomiky*, no. 4 (2017): 263-270.

Elkington, J. "Enter the Triple Bottom Line". In *The Triple Bottom Line: Does it All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR*, 1-16. London: Earthscan, 2004.

European Alliance for CSR. <https://www.buinesseurope.eu/european-alliance-csr>

Friedman, M. "The Social Responsibility of Business is to increase its Profit". *New York Times Magazine*, September 13 (1970): 122-126.

Holme, L., and Watts, R. "Corporate social responsibility: Making Good Business Sense". Conches-Geneva, Switzerland : World Business Council for Sustainable Development, 2000. [http://research.dnv.com/csr/PW\\_Tools/PWD/1/00/L/1-00-L-2001-01-0/lib2001/WBCSD\\_Making\\_Good\\_Business\\_Sense.pdf](http://research.dnv.com/csr/PW_Tools/PWD/1/00/L/1-00-L-2001-01-0/lib2001/WBCSD_Making_Good_Business_Sense.pdf)

Honcharova, S. Yu., and Vodnytska, N. V. "Sotsialna vidpovidalnist ta rol kompensatsiinoho paketu v yii formuvanni" [Social Responsibility and the Role of the Compensation Package in its Formation]. *Nauchnyye trudy DonNTU. Seriya : ekonomicheskaya*, no. 103-2 (2006): 111-118.

Irishnova, O. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu: sutnist, znachennia, stratehichni napriamy rozvytku v Ukraini" [Social Responsibility of Business: Essence, Value, Strategic Directions of Development in Ukraine]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 7 (2010): 3-8.

Hrytsyna, L. A. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv: zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid" [Corporate Social Responsibility of Enterprises: Foreign and Domestic Experience]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo*, no. 10 (1) (2016): 99-102.

Karpenko, O. O., and Mandziuk, N. K. "Sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku vitchyznianskykh pidpriemstv" [Social Responsibility as a Factor of Economic Development of Domestic Enterprises]. *Efektivna ekonomika*. 2018. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>

Karpenko, O. O., and Mandziuk, N. K. "Sotsialna vidpovidalnist yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku vitchyznianskykh pidpriemstv" [Social Responsibility as a Factor of Economic Development of Domestic Enterprises]. *Efektivna ekonomika*. 2018. <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektivna-ekonomika/article/view/1153/>

Kharchenko, T. O., and Viedienina, K. P. "Pryntsyipy korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti yak faktor formuvannia konkurentnykh perevah orhanizatsii" [Principles of Corporate Social Responsibility as a Factor of Formation of Competitive Advantages of the Organization]. *Ekonomichni studii*, no. 5 (18) (2017): 15-19.

Kholodnytska, A. V. "Aktualni aspekty pidvyshchennia sotsialnoi efektyvnosti upravlinnia" [Topical Aspects of Improving



the Social Effectiveness of Management]. *Naukovyi visnyk ChDIEU*, no. 4 (16) (2012): 159-162.

Komarova, K. V., and Kovalchuk, N. "Sotsialna vidpovidalnist yak skladova stratehii rozvytku biznesu na pidpriemstvakh Ukrainy" [Social Responsibility as a Component of Business Development Strategy at Ukrainian Enterprises]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 5-6 (2016): 25-30.

Kornieva, I. O. "Sotsialna korporatyvna vidpovidalnist yak instrument pokrashchennia rezultativ roboty pidpriemstva" [Social Corporate Responsibility as a Tool for Improving Enterprise Performance]. *Molodyi vchenyi*, no. 5 (45) (2017): 618-621.

*Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: obshchestvennyye ozhidaniya. Potrebiteli, menedzhery, lidery obshchestvennogo mneniya i eksperty otsenivayut sotsialnyu rol biznesa v Rossii* [Corporate Social Responsibility: Social Expectations. Consumers, Managers, Opinion Leaders and Experts Evaluate the Social Role of Business in Russia]. Moscow: Assotsiatsiya menedzherov, 2003.

Kotler, F., and Li, N. *Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist. Yak zrobyty yakomoha bilshe dobra dlia vashoi kompanii ta suspilstva* [Corporate Social Responsibility. How to do the Best Possible for Your Company and Society]. Kyiv: Standart, 2005.

Krasnokutska, N. S. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak pryntsyup svidomoho kapitalizmu" [Corporate Social Responsibility as a Principle of Conscious Capitalism]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*. Ser.: Aktualni problemy rozvytku ukrainskoho suspilstva, no. 29 (1251) (2017): 98-102.

Krasnokutska, N. S. "Vplyv korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na reputatsiiu krain" [The Impact of Corporate Social Responsibility on Countries' Reputation]. DVNZ «Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi universytet imeni Vadyma Hetmana». 2018. <http://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/24216>

Krasnokutska, N. S., and Hosn, S. "Otsinka zahalnoi zadovolenosti vziaimovidnosynamy zi steikholderamy" [Assessment of Overall Satisfaction with Stakeholder Relationships]. *European cooperation*, no. 3 (43) (2019): 81-95.

Kulyk, S. M., and Dovhan, O. M. "Otsinka stanu i perspektyvy rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti aharnoho biznesu" [Assessment of the State and Prospects of Development of Social Responsibility of Agricultural Business]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 4 (2015): 195-204.

Kusyk, N. L., and Kovalevska, A. V. "Krytychnyi analiz metodiv otsinky efektyvnosti sotsialno vidpovidalnoi diialnosti pidpriemstva" [Critical Analysis of Methods of Evaluating the Effectiveness of Socially Responsible Enterprise]. <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/4714>

Lahuta, Ya. M. "Vnutrishnia korporatyvna sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv: osnovni teoretychni ta praktychni aspekty" [Internal Corporate Social Responsibility of Enterprises: Basic Theoretical and Practical Aspects]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, no. 3 (08) (2017): 153-157.

Lisilene, Mello da Silveira, and Maira, Petrini. "Sustainable Development and Corporate Social Responsibility: a bibliometric analysis of International Scientific Production". *Gest. Prod., Sao Carlos*, vol. 25, no. 1 (2018): 56-67.

DOI: 10.1590/0104-530X3173-16

Lopashchuk, I. A. "Aktualizatsiia sotsialnoho vektoru funktsionuvannia pidpriemnytstva v Ukraini" [Updating the Social Vector of Entrepreneurship in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 2 (2020).

DOI: 10.32702/2307-2105-2020.2.50

Lunkina, T. I. "Sotsialna vidpovidalnist yak skladova chastyna zbalansovanoho rozvytku derzhavy" [Social Responsibility as an Integral Part of the Balanced Development of the State]. *Intelekt XXI*, no. 5 (2016): 20-23.

Lunkina, T. I., and Vlasjuk, I. M. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini: suchasnyi stan ta napriamy vdoskonalennia" [Corporate Social Responsibility for Business in Ukraine: Current Status and Directions for Improvement]. *Modern Economics*, no. 1 (2017): 24-30.

Matviichuk, L. O., and Tkach, K. I. "Henezha kontseptsii korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti" [The Genesis of Corporate Social Responsibility Concepts]. *Ekonomika i suspilstvo*, no. 6 (2016): 332-337.

Mosiichuk, I. V. "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak osnova suchasnoho rozvytku ekonomiky Ukrainy" [Corporate Social Responsibility as a Basis for Modern Economic Development of Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*. Seria: Ekonomichni nauky. 2015. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2015\\_3\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_3_15)

Okhrimenko, O. O., and Ivanova, T. "Sotsialna vidpovidalnist" [Social Responsibility]. Kyiv, 2015. <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>

Porter, M., and Kramer, M. "Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism - and Unleash a Wave of Innovation and Growth". *Harvard Business Review*, vol. 89 (1/2) (2011): 62-77.

Povazhnyi, O. S., Orlova, N. S., and Kharlamova, A. O. *Korporatyvne upravlinnia* [Corporate Management]. Kyiv: Kondor, 2013.

Raiko, D. V., and Podrez, O. I. "Formuvannia instrumentiv upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy za teoretychnym i funktsionalnym pidkhodamy" [The Formation of Instruments of Management of Industrial Enterprises According to the Theoretical and Functional Approaches]. *Biznes Inform*, no. 3 (2018): 386-393.

"Standart SA 8000" [SA 8000 Standard. ]. [https://www.asistem.kiev.ua/doc/sa\\_8000-2001\\_rus.pdf](https://www.asistem.kiev.ua/doc/sa_8000-2001_rus.pdf)

"Standarti ISO 26000 - Social responsibility" [ISO 26000 Standards - Social Responsibility]. <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>

Shandova, N. V. "Korporatyvnyi rozvytok sotsialnoi vidpovidalnosti v konteksti zhyttievoho tsykladu orhanizatsii" [Corporate Development of Social Responsibility in the Context of the Organizational Life Cycle]. *Ekonomichniy prostir*, no. 102 (2015): 249-259.

Shutaieva, O. O. "Sotsialna vidpovidalnist v dosiahnenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Social Responsibility in Achieving Competitiveness of the Enterprise]. *Kultura narodov Prychernomor'ia*, no. 273 (2014): 73-78.

Shutaieva, O. O. "Sotsialna vidpovidalnist v dosiahnenni konkurentospromozhnosti pidpriemstva" [Social Responsibility in Achieving Competitiveness of the Enterprise]. *Kultura narodov Prychernomor'ia*, no. 273 (2014): 73-78.

Suyetenkov, Ye. N., and Pasko, N. I. *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of Management]. Moscow: FORUM; INFRA-M, 2005.

United Nations Global Compact. <http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>

"Vyznachennia: korporatyvna sotsialna vidpovidalnist" [Definition: Corporate Social Responsibility]. <http://csrgender.org.ua/discrimination/53-zagalna-informaciya-pro-ksv-taender.html>

Yevdokymov, F. I., and Hubska, M. V. "Sotsialnyi kapital pidpriemstva: metody vymiru" [Social Capital of the Enterprise: Methods of Measurement]. *Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*. 2006. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu\\_2006\\_1\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2006_1_14)

Yevtushenko, V. A. "Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky" [Assessment of Corporate Social Responsibility: Methods, Objects, Indicators]. *Visnyk NTU «KhPI»*, no. 46 (1019) (2013): 53-63.

Стаття надійшла до редакції 07.02.2020 р.