

УДК 330.658.3 (005.95/96)

**Микола Миколайович НАДЕЙКО**

*аспірант кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна,  
e-mail: Mycolanadeyco@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1011-3477>*

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИК АНАЛІЗУ  
МЕНЕДЖМЕНТУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ  
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Надейко, М. М. *Порівняльна характеристика методик аналізу менеджменту корпоративної соціальної відповідальності*. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2020. № 3-4 (74-75). С. 132–145.

**Анотація.** *Метою статті є формування теоретичних засад аналізу стану (рівня) соціальної відповідальності для управлінських потреб підприємства. У дослідженні використано ідентифікацію, систематизування та аналіз переваг та недоліків існуючих методик, що дало можливість виокремити методичні рекомендації з удосконалення процесу соціальної відповідальності. Охарактеризовано стан оцінювання соціальної відповідальності вітчизняних підприємств на рівні українських рейтингових агенцій за останні п'ять років. Виокремлено підприємства-лідери у сфері корпоративної соціальної відповідальності за результатами вітчизняного рейтингування. Проаналізовано існуючі методики аналізу менеджменту корпоративної соціальної відповідальності. Ідентифіковано їх зміст та методи, що в них використовуються. Узагальнено основні чинники, що підлягають оцінюванню. Наголошено на доцільності оцінювання ефективності менеджменту за зовнішніми та внутрішніми векторами соціальної відповідальності. Наведено заходи, спрямовані на запровадження системи ефективного менеджменту соціальної відповідальності. Практичну цінність має запропонований перелік заходів, що сприятимуть запровадженню системи ефективного менеджменту соціальної відповідальності, підвищенню її рівня та розвитку цього процесу. За результатами аналізу рейтингів на рівні країни узагальнено тенденції змін, що відбуваються як в системі управління соціальною відповідальністю, так і в частині висвітлення інформації щодо її впровадження. Проведені дослідження дозволяють дійти висновку, що на сьогодні не існує універсальної методики оцінювання рівня соціальної відповідальності. У зв'язку з цим, менеджменту соціальної відповідальності суб'єкта господарювання запропоновано використовувати переваги різних методик для формування власної комплексної методики, залежно від управлінських потреб та цільової аудиторії.*

**Ключові слова:** *менеджмент; корпоративна соціальна відповідальність; методика аналізу.*

**Николай Николаевич НАДЕЙКО**

*аспірант кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства,  
Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Україна,  
e-mail: Mycolanadeyco@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1011-3477>*

**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДИК АНАЛИЗА  
МЕНЕДЖМЕНТА КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ  
ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Надейко, Н. Н. Сравнительная характеристика методик анализа менеджмента корпоративной социальной ответственности. Вестник социально-экономических исследований : сб. науч. трудов. Одесса : Одесский национальный экономический университет. 2020. № 3-4 (74-75). С. 132–145.

**Аннотация.** Целью статьи является формирование теоретических основ анализа состояния (уровня) социальной ответственности для управленческих нужд предприятия. В исследовании использованы идентификация, систематизация и анализ преимуществ и недостатков существующих методик, что позволило выделить методические рекомендации по совершенствованию процесса социальной ответственности. Охарактеризовано состояние оценивания социальной ответственности отечественных предприятий на уровне украинских рейтинговых агентств за последние пять лет. Выделены предприятия-лидеры в сфере корпоративной социальной ответственности по результатам отечественного рейтингования. Проанализированы существующие методики анализа менеджмента корпоративной социальной ответственности. Идентифицировано их содержание и методы, которые в них используются. Обобщены основные факторы, подлежащие оценке. Отмечена целесообразность оценки эффективности менеджмента по внешним и внутренним векторам социальной ответственности. Приведены мероприятия, направленные на внедрение системы эффективного менеджмента социальной ответственности. Практическую ценность имеет предложенный перечень мероприятий, которые будут способствовать внедрению системы эффективного менеджмента социальной ответственности, повышению ее уровня и развитию этого процесса. По результатам анализа рейтингов на уровне страны обобщены тенденции изменений, происходящих как в системе управления социальной ответственностью, так и в части освещения информации о ее внедрении. Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что на сегодняшний день не существует универсальной методики оценки уровня социальной ответственности. В связи с этим, менеджменту социальной ответственности предприятия предложено использовать преимущества различных методик для формирования собственной комплексной методики, с учетом управленческих нужд и целевой аудиторией.

**Ключевые слова:** менеджмент; корпоративная социальная ответственность, методика анализа.

**Mykola NADEYKO**

Postgraduate Student of Economics, Security and Enterprise Innovation  
Activity Department, Lesya Ukrainka Volyn National University, Ukraine,  
e-mail: Mycolanadeyco@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1011-3477>

## **COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF ANALYSIS METHODS OF THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MANAGEMENT**

Nadeyko, M. (2020). *Comparative characteristics of analysis methods of the corporate social responsibility management* [Porivnialna kharakterystyka metodyk analizu menedzhmentu korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti], Socio-economic research bulletin, Visnik social'no-ekonomichnih doslidzhen' (ISSN 2313-4569), Odessa National Economic University, Odessa, No. 3-4 (74-75), pp. 132–145.

**Abstract.** The purpose of the article is to form the theoretical foundations of the state (level) analysis of social responsibility for the enterprise management needs. The study used identification, systematization and analysis of the advantages and disadvantages of existing methods, which made it possible to identify methodological recommendations for improving of

*social responsibility process. It was characterized the state of assessing the social responsibility of national enterprises at the level of Ukrainian rating agencies over the past five years. Leading enterprises in the field of corporate social responsibility have been identified based on the results of national ratings. The existing methods of corporate social responsibility management analysis were analyzed. Their content and methods used in them are identified. The main factors for evaluation are summarized. The expediency of assessing the effectiveness of management by external and internal vectors of social responsibility is noted. The activities aimed at introducing an effective social responsibility management system are presented. For practical usage we have proposed the list of measures that will contribute to the implementation of an effective management system of social responsibility, increase its level and develop this process. As a result of the ratings analysis at the country level, the trends of changes occurring both in the social responsibility management system and in terms of covering information on its implementation are generalized. The conducted studies allow us to conclude that today there is no universal methodology for assessing the level of social responsibility. In this regard, the management of social responsibility of the enterprise was offered to use the advantages of various methods to form its own comprehensive methodology, taking into account management needs and target audience. Therefore, the social responsibility management of the enterprise was offered to use advantages of various methods to form its own comprehensive methodology, taking into account management needs and target audience.*

**Keywords:** *management; corporate social responsibility; analysis method.*

**JEL classification:** *D780; L210; M140*

**DOI:** [https://doi.org/10.33987/vsed.3-4\(74-75\).2020.132-145](https://doi.org/10.33987/vsed.3-4(74-75).2020.132-145)

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Соціальна відповідальність бізнесу є основою побудови соціально відповідального суспільства. В умовах мінливості зовнішнього середовища, світової пандемії, соціальна свідомість є одним з інструментів боротьби із загрозами. В Україні наразі є проблеми з ідентифікацією підприємств із системою менеджменту соціальної відповідальності через відсутність обов'язковості формування нефінансової звітності. Не зважаючи на зростання кількості вітчизняних підприємств, що долучаються до рейтингування за різними критеріями соціальної відповідальності, це представлення є мало репрезентативним через різні підходи до оцінювання для зовнішніх користувачів. Більше того, доступ до певних сайтів, де формується така інформація, є або платним, або обмеженим тільки для учасників певних груп.

З іншого боку, немає єдиної методики оцінювання рівня та ефективності як корпоративної соціальної відповідальності, так і заходів управління у цьому напрямку на мікрорівні. Власні підходи до оцінювання менеджменту соціальної відповідальності часто вказують на шляхи розширення цієї діяльності з метою подальшого планування розвитку, але не завжди дають відповіді у процесі прийняття управлінських рішень щодо якості та ефективності. Саме тому аналіз існуючої методології оцінювання корпоративної соціальної відповідальності з метою виявлення шляхів її удосконалення є актуальним та своєчасним завданням.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Методики оцінки корпоративної соціальної відповідальності представлені у роботах зарубіжних та вітчизняних дослідників, а саме: Т. Лепіхіна, Є. Мохова, Д. Перекрестова, І. Поварич, В. Шабашева, В. Кашина, А. Нещадіна, Г. Тульчинського. Окремо варто

виділити напрацювання українських вчених, таких як В. Воробей, І. Журовська, О. Буян, О. Березіна, Д. Баюра, О. Ворона, О. Мазурик, О. Черних, Л. Грицина, В. Євтушенко та ін. Усі вони схильні до думки, що оцінка має визначати місце у рейтингу соціальної активності в межах певної оціночної системи.

Відповідно, система оцінок соціальної відповідальності підприємства представляється співставленням соціальної активності з результатами реалізації основних принципів соціальної відповідальності в окремій корпорації, напрямку економічної діяльності, регіоні. Окремі методики визначають рівень соціальної відповідальності, інші – ефективність її впровадження. Більшість авторів використовують певні системи критеріїв оцінки, часто застосовуючи якісні та кількісні показники з різними підходами до їх оцінювання. Крім методик оцінювання кількісних та якісних показників існують такі, що беруть до уваги взаємини зі стейкхолдерами (групами зацікавлених осіб). До основних чинників, що піддаються оцінюванню за таких методик, можна віднести такі: економічна результативність; організаційне управління; екологія та охорона навколишнього середовища; взаємодія зі споживачем; взаємодія з суспільством; трудові відносини.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Не зважаючи на значні теоретичні дослідження методології аналізу, наразі не існує такої, яку найчастіше використовують вітчизняні підприємства. Виявлення переваг та недоліків існуючих методик допоможе сформувати адаптовану методику для оцінювання корпоративної соціальної відповідальності на мікрорівні.

**Постановка завдання.** Метою статті є ідентифікація характерних рис існуючих методик аналізу менеджменту корпоративної соціальної відповідальності. Задля досягнення цієї мети варто виокремити зміст та методи, що використовуються в окремих методиках, й проаналізувати переваги та недоліки щодо їх використання управлінським персоналом підприємства на мікрорівні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наявність та рівень корпоративної соціальної відповідальності варто встановлювати та оцінювати з метою пошуку шляхів підвищення її ефективності. Наразі відсутня можливість ідентифікації рівня соціальної відповідальності менеджменту підприємства через відсутність певного нефінансового звіту. У Глобальній ініціативі зі звітності відзначено, що компаніям важко представити наслідки своєї діяльності, тому існує потреба їх вимірювати на більш систематичній основі. Існує потреба у використанні інструментів і методів, завдяки яким можна відслідковувати (моніторити) вплив протягом часу [7].

Відповідно до Глобального договору ООН рівень соціально відповідальної діяльності підприємств оцінюється за такими основними групами показників: економічна та екологічна результативність; результативність організації праці; результативність у сфері прав людини; результативність взаємодії з суспільством; результативність у сфері відповідальності за продукцію. Наведені показники узагальнюються та публікуються на добровільних засадах у складі соціальної звітності підприємств, які приєдналися до Глобального договору ООН щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Усі перераховані методики формуються на основі поширеного в міжнародній практиці методу індексів. В українських наукових джерелах [1, с. 163] найчастіше відзначаються: Індекс Domini Social Investment (DSI 400) (оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших за капіталізацією підприємств);

Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index) (критеріями оцінки виступають економічна основа для розвитку підприємства, соціальна активність, екологічна діяльність); Індекс FTSE4Good (фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства); Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index); Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group) (аналіз соціальної залученості підприємства).

З 2012 року Центром «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності» визначається Індекс прозорості та підзвітності компаній України щодо впровадження технологій КСВ та інформування громадськості (базується на методології компанії Beyond Business (Ізраїль), в тому числі основних стейкхолдерів компанії, про політику і практики у сфері КСВ. Головна відмінна ознака цього Індeksu полягає в тому, що об'єктом оцінки є веб-сайт компанії і перевірити достовірність його результатів може будь-який користувач інтернету [2]. Веб-сайти компаній оцінюються за чотирма основними критеріями: звітність (наявність нефінансового звіту, підготовленого за стандартом Глобальної ініціативи зі звітності, Глобального договору ООН або іншими стандартами, наявність звіту про екологічну та соціальну діяльність тощо) – 40% від загального результату; зміст (рівень розкриття інформації за основними сферами КСВ) – 35% від загального результату; навігація (зручність користування сайтом) – 10% від загальної інформації; доступність (мова, контактна інформація) – 15% від загального результату [3, с. 55].

Після визначення Індeksu прозорості та підзвітності складається національний рейтинг найпрозоріших компаній України з різних галузей економіки (компанії обираються за списком Топ-100 («Інвестгазета») в цілому та рейтинги найбільш прозорих компаній в окремих секторах економіки. Починаючи з січня 2012 р. кожного місяця Центр «Розвиток КСВ» оцінював 10 найбільших компаній певного сектору за методологією Індeksu прозорості та підзвітності.

Для прикладу, у 2012 році до десятки лідерів входили такі підприємства як: компанія Систем Кепітал Менеджмент (СКМ), «ДТЕК», «Метінвест» із середнім показником прозорості лідерів українського бізнесу (Топ-100) – 24%. У 2016 році перелік лідерів складався з таких підприємств, як: «Арселор Міттал Кривий Ріг» і «ДТЕК», «СКМ», Концерн «Галнафтогаз», «Нафтогаз» і «Кернел», «МХП», «Метінвест», ТОВ «САВ-Дистрибьюшн» «Фокстрот», і НАЕК «Енергоатом», відповідно середній відсоток прозорості вже складав – 56,5%. Тобто відбулося значне зростання прозорості. У 2019 році до топ-лідерів увійшли такі підприємства, як: АТ «Укргазбанк», ПрАТ «Карлсберг», АТ «ПУМБ», ДП НАЕК «Енергоатом», АК «Нафтогаз», НАЕК «Укренерго», ПрАТ «Арселор Міттал» Кривий Ріг», ПрАТ «Укргідроенерго», АТ «Фармак», ПрАТ «Укрзалізниця». Але вже середній відсоток прозорості знизився до 42,3%.

Проаналізувавши дані рейтингування за індексом прозорості протягом періоду 2015–2019 рр. [4; 5; 6; 7], можна зробити такі висновки:

1. Середній Індекс прозорості ТОП-100 українських компаній коливається в середньому на 128%. Порівняно з роком запровадження цього рейтингу в Україні ситуація майже не змінилася.

2. До ТОП-10 компаній-лідерів Індeksu протягом досліджуваного періоду постійно входять такі підприємства, як: «Арселор Міттал Кривий Ріг», «ДТЕК», «Метінвест», Нафтогаз, «СКМ», Концерн «Галнафтогаз», НАЕК «Енергоатом».

3. Значно покращили свій рівень прозорості такі компанії, як НАЕК «Енергоатом» з 42% в 2016 р. до 53% – в 2019 р.

4. Кількість нефінансових звітів постійно коливається. Наприклад, після деякого зростання з 4 звітів (у 2014 р.) до 16 (у 2015 р.) відбувається зменшення кількості, а саме: у 2016 р. – 10, у 2017 р. – 8, у 2018 р. – 5, у 2019 р. – 6. Це можна пояснити тим, що частина компаній, які готують звіти, не увійшла до Топ-100 найбільших компаній.

5. Можна стверджувати, що з 2015 року звіти стали більш інформативними щодо напрямків корпоративної соціальної відповідальності у більшості респондентів.

6. Пріоритети у висвітленні питань КСВ залишаються практично незмінними з 2011 року. Найчастіше компанії розкривають інформацію про свої політики і програми у сфері охорони довкілля, трудових відносин, роботи з громадами та деяких питань корпоративного управління (керівництво компанією, склад наглядових рад, інформація для інвесторів, антикорупційні програми). Практично відсутня інформація (ймовірно і практика реалізації) про програми захисту прав людини, впровадження КСВ в ланцюг постачання та інформація щодо лідерства керівництва й компанії. Нефінансові звіти за 2019 р. оприлюднили на своїх сторінках тільки 6 компаній. Ймовірно, головні причини низького рівня підготовленості звітності – пандемія COVID-19, у результаті якої частина компаній перенесла терміни підготовки нефінансових звітів, та відсутність нормативно-правового регулювання питання відповідальних органів влади за збір та аналіз звітів щодо управління.

7. Найбільший рівень розкриття інформації – у компаній секторів «Виробництво фармпрепаратів» – 47%, «Фінанси та страхова діяльність» – 40%; найменший – у компаній секторів «Будівництво» – 7%.

8. Чисельність компаній, які досягли «достатнього» рівня відкритості (50%), зросла з 8 (2014 р.) до 15 (2015 р.). В 2016 зменшення до 7, в 2017–2019 рр. зменшення і збереження у кількості 6.

9. Як і в попередні роки, компанії здебільшого не надають даних щодо результатів впровадження політики КСВ. На деяких сайтах такі дані не оновлюються протягом останніх 2–3 років, найновішу інформацію можна знайти тільки у соціальних звітах або новинах.

10. Половина КСВ-звітів протягом періоду 2015–2019 рр. підготовлена відповідно до GRI 4.0 («Арселор Міттал Кривий Ріг» (основний), «ДТЕК» (G4 розширений), «Кернел» (основний)) або з елементами GRI 4.0 (Концерн «Галнафтогаз» та інші АТ «Фармак» для прикладу). Варто зазначити, що частина компаній чітко не дотримується стандартів звітності за GRI 4.0 – відсутні від 2 до 10 показників, які повинні бути у звіті. Така ситуація, вважаємо, є досить небезпечною, оскільки вводить в оману громадську думку.

11. Хоча перелік підприємств поповнюється новими членами Топ-100, а саме: 2017 р. – Сільпо Фуд; 2018 – АТБ-Маркет. За доходом 2018 року «АТБ-Маркет» випередив залізничного монополіста «Укрзалізницю», яка 2017 року отримала 83 млрд. грн. Чистий прибуток становив 354 млн. грн.

Існують й інші українські рейтингові оцінювання менеджменту корпоративної відповідальності. Так, з 2008 року в Україні доволі відомий рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній, що проводить рейтингове агентство «ГВардія» ділового журналу «Контракти». Виникає питання,

що є підставою для здійснення оцінювання. Більшість вчених схильні до думки, що це соціальна або нефінансова звітність. Соціальна або нефінансова звітність – це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати фінансово-економічної діяльності (прибуток, дивіденди, інвестиції, компенсації співробітникам, репутація, але і соціальні (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з корінними народами тощо) та екологічні (використовувана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем, техногенні аварії, відповідність/невідповідність екологічному законодавству) показники. Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних груп впливу компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, місцевої громади, широкої громадськості, уряду, міжнародної спільноти і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності [8].

Нефінансова звітність підприємства може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) із чотирьох загальноприйнятих:

1. Звіт про КСВ-діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні та/або екологічні проекти компанії). На сьогодні відсутні вимоги до формування цього звіту, тому його структура та показники визначаються підприємством самостійно. У звіті наводять перелік соціальних проектів компанії. Він не потребує аудиту.

2. Звіт з прогресу реалізації принципів Глобального договору (СОР – Communication on Progress) – це одна із найпоширеніших форм нефінансової звітності, що не проходить аудит.

3. Звіт зі сталого розвитку. Звіт готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності.

4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблено Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Цей звіт заснований на експертній оцінці аналізу діяльності компанії [9].

Згідно із дослідженням, проведеним компанією KPMG (International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting, 2008), станом на 2008 рік вже близько 80% найбільших 250 компаній світу (G250 зі списку Fortune Global 500 за 2007 рік) почали постійно публікувати нефінансові звіти [10, с. 30]. За даними CorporateRegister.com, найбільшої всесвітньої бази даних нефінансових звітів, на серпень 2020 року в світі було оприлюднено понад 123183 соціальних звітів 20208 організацій [11].

Але виникає питання: «Відповіді на які питання менеджменту підприємства дають результати національних рейтингів?» Скоріше за все це певні пріоритети перед інвесторами, особливо іноземними, але відповідей щодо стану корпоративної соціальної відповідальності та шляхів покращення стану вони не дають.

Ми дослідили та узагальнили існуючі методики оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємства з точки зору придатності для оцінювання стану менеджменту соціальної відповідальності (табл. 1), а саме, наведено характеристику тих із них, які, вважаємо, є найбільш адаптованими для використання.

Таблиця 1

Характеристика існуючих методик аналізування стану (рівня)  
соціальної відповідальності менеджменту

Назва та автор методики	Зміст та методи запропонованої методики / показники, що оцінюються	Недоліки / переваги
Методики оцінки ефективності соціальних заходів		
<p>Визначення рейтингового показника інтегральної ефективності соціальної програми</p> <p>Товма Н. [12]</p>	<p>Рейтингування за рівнем ефективності соціальних програм</p> <p>Визначається інтегральна ефективність соціальної програми на основі кількісних коефіцієнтів та загальний якісний показник КСВ /</p> <p>Кількісні показники – зростання заробітної плати, плинності кадрів, прийому молодих спеціалістів. Якісні показники – оцінка колективного договору та соціального звіту тощо.</p>	<p>1. Для управлінського персоналу вказує на місце їхнього підприємства у певному рейтингу по відношенню до інших підприємств, що потрапили в групу. Якщо змінити сукупність підприємств в групі – місце може змінитися. Відповідно, зробити висновки щодо реального стану рівня соціальної відповідальності та наступної послідовності дій з метою зміни ситуації складно.</p> <p>2. Крім того у методиці використовуються як кількісні показники, так і якісні характеристики, оцінка яких залежить від компетентності експерта, тому існує високий ризик похибки.</p> <p>Перевагою можна вважати можливість виявлення тенденцій зміни стану соціальної відповідальності за умови постійного спостереження та моніторингу.</p>
<p>Розрахунок внутрішнього індексу соціальної відповідальності</p> <p>Лепіхіна Т., Мохова Є. [15]</p>	<p>Експертне оцінювання, метод модифікованої матриці SPACE-аналізу</p> <p>Експертне оцінювання соціальної політики здійснювалося за шкалою від нуля до 100 балів [15, с.120] /</p> <p>Елементи соціальної політики</p>	<p>1. Широка шкала оцінок від нуля до 100 балів дає велике відхилення по деяких критеріях. У результаті чого виникають мало суттєві критерії, на думку експертів, але є важливими моментами соціальної відповідальності.</p> <p>2. Кількість чинників, що входять до кожної групи різні і не значна, що може давати суттєву похибку, не зважаючи на те, що результати дослідження визначалися у бальній оцінці з урахуванням абсолютної помилки, відносної похибки, надійності та коефіцієнта Стьюдента.</p> <p>3. Методика трудомістка і більш ефективна для великих корпорацій.</p> <p>Перевага полягає у можливості формування розгорнутої інформації про стан соціальної відповідальності для великих корпорацій з метою інформування власників акцій та суспільства. Вважаємо це те, до чого варто прагнути всім суб'єктам господарювання.</p>
<p>Методика визначення ефективності корпоративної соціальної політики підприємства</p> <p>Кашин В., Нещадін А., Тульчинський Г. [18]</p>	<p>Визначається ефективність корпоративної соціальної політики у напрямках результативності, економічності відповідних заходів та доцільності здійснення інвестицій у соціальні заходи /</p> <p>1) результативність – відношення отриманого результату до поставленої мети;</p> <p>2) економічність відношення результатів до витрат ресурсів;</p> <p>3) доцільність – відношення цілей до реальних соціальних проблем.</p>	<p>Недоліком, вважаємо те, що для частини показників не визначено критеріїв оцінки. Наприклад, які показники використовуються для оцінювання цілей і, відповідно, реальних соціальних проблем у процесі визначення ефективності доцільності соціальних заходів.</p> <p>Перевагою зазначеної методики є можливість оцінювання як з позиції суспільства, так і бізнесу. Для суспільства це – сукупність раніше недоступних благ, кількість людей що їх отримали тощо. Для бізнесу – досягнення більшої популярності, поліпшення громадської думки, зростання фінансових показників, капіталізація.</p>



Продовження табл. 1

Оцінювання обсягу соціальних інвестицій		
<p>Методика оцінки соціальних інвестицій</p> <p>Група російських авторів Асоціації менеджерів Росії [13]</p>	<p>Експертне оцінювання якісних характеристик соціальних інвестицій /</p> <p>Здійснюється групування якісних характеристик соціальних інвестицій за певними критеріями. Всього 3 групи, 12 критеріїв [13, с. 47–48].</p>	<p>1. Високий рівень помилок через некомпетентність експертів.</p> <p>2. Не зважаючи на те, що методика охоплює більшість векторів менеджменту соціальної відповідальності, частина з них має різну спрямованість або відноситься до різних груп користувачів результатів соціальних програм або оцінка має здійснюватися за різними критеріями (1:0, або за певною шкалою). Ці всі відмінності можуть бути в межах однієї групи, тому виникає сумнів щодо якості такої оцінки.</p> <p>Перевагою зазначеної методики є можливість опрацювання значного масиву даних і систематизування інформації залежно від потреб і можливостей підприємства на даний момент.</p>
Комплексні методики		
<p>Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності</p> <p>Кричевський Н. та Гончаров С. [14]</p>	<p>Експертне оцінювання.</p> <p>Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності на основі кількісних та якісних показників [14, с. 130–148] / Кількісні показники КСВ перед працівниками, суспільством (громадою) та показники екологічної відповідальності.</p> <p>Якісні – наявність на підприємстві колективного договору, складання соціальних звітів і т. д.</p> <p>За всіма показниками розраховуються інтегральні якісний та кількісний показники, які шляхом зіставлення дають сукупний рейтинг з КСВ компанії.</p>	<p>Ця методика може бути використана для порівняння декількох підприємств, але не дає уявлення менеджменту конкретного підприємства про власний рівень соціальної відповідальності.</p> <p>Може бути використана на рівні громадських організацій, що займаються формуванням відповідних рейтингів.</p>
<p>Визначення загального якісного індексу соціальних інвестицій.</p> <p>Мазурик О. [16]</p>	<p>Індексний метод.</p> <p>Визначається загальний якісний індекс соціальних інвестицій, який показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства [16, с. 128] / Загальний якісний індекс соціальних інвестицій та часткові показники.</p>	<p>Для особи, яка приймає рішення, будь-який індекс дає лише приблизне уявлення щодо поточного стану та вказує лише на ймовірність досягнення результату.</p>
<p>Методика оцінювання соціальної відповідальності у розрізі груп основних стейкхолдерів</p> <p>Черних О. В. [20]</p>	<p>Здійснюється оцінювання залежно від соціальної відповідальності підприємства щодо своїх стейкхолдерів, а саме за показниками внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності [20] / Показники оцінки соціальної відповідальності підприємства скомпановано за групами основних стейкхолдерів</p>	<p>Зазначена методика, вважаємо, є найбільш адаптованою до можливості її використання у практиці управління.</p>

Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень

У своїй більшості всі охарактеризовані методики дають певну комплексну оцінку. Але є окремі методики, які націлені на висвітлення конкретного вектора соціальної відповідальності.

Наприклад, методика О. Березіної [17] спрямована на визначення рейтингу соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин, тому не висвітлює реальну ситуацію стосовно менеджменту соціальної відповідальності за всіма аспектами. Перевагою є можливість її використання для підприємств, які починають звертати увагу на менеджмент соціальної відповідальності та бажають привернути до себе увагу економічної спільноти.

Методику розрахунку вкладених інвестицій у функціонування системи соціальної відповідальності О. Ворони [19] можна вважати комплексною, оскільки вона, з одного боку, дає можливість оцінити обсяг вкладених інвестицій, а, з іншого боку, передбачає оцінку за напрямками інвестування, тобто націлена на окремих стейкхолдерів. Але, вважаємо, що важливо виявити різницю між окремими групами критеріїв, таких як вирішення проблем та задоволення потреб суспільства й інших зацікавлених сторін, оскільки їх усі зрештою можна віднести до проблем суспільства.

Крім того, не зрозуміло чи можна вважати ефективною політику соціальної відповідальності конкретного підприємства за умови не високих витрат у напрямку одного з критеріїв порівняно з іншим. Перевагами можна вважати той факт, що підрахувати витрати за певними напрямками значно легше ніж розраховувати коефіцієнти, і, порівнюючи результати розрахунків із попередніми періодами, дійсно можна зробити певні висновки.

За результатами аналізу існуючих методик оцінювання соціальної відповідальності можна зробити такі висновки:

- більшість методик є трудомісткими через необхідність оцінювання значної кількості критеріїв, що потребує залучення додаткових експертів. Відповідно, це передбачає значні матеріальні затрати, які можуть собі дозволити тільки великі об'єднання підприємств;

- існує ризик значних помилок і похибок у рейтинговому оцінюванні, на якому базується більшість методик через недостатню компетентність експертів;

- частина методик націлена лише на один вектор менеджменту соціальної відповідальності як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі системи корпоративної культури підприємства;

- не всі методики дають відповідь управлінському персоналу щодо дій у напрямку зміни існуючого стану з метою підвищення ефективності менеджменту соціальної відповідальності;

- найбільш повною вважаємо методику Асоціації російських менеджерів, у зв'язку з тим, що вона охоплює більшість напрямків менеджменту соціальної відповідальності. Але вона містить лише якісні характеристики, у результаті чого управлінський персонал матиме уявлення про сьогоdnішній стан соціальної відповідальності, але не отримає відповіді щодо подальших перспектив підвищення ефективності управління у цій сфері;

- не існує загально прийнятого переліку критеріїв, що можуть бути основою системи показників оцінки рівня менеджменту соціальної відповідальності.

Таким чином, основною проблемою в оцінці КСВ є науково обґрунтований підбір системи показників, а першочерговою засадою її вирішення – належний вибір напрямів (об'єктів) соціальної відповідальності. Крім того, вважаємо за

доцільне здійснювати оцінювання ефективності менеджменту за зовнішніми та внутрішніми векторами соціальної відповідальності. Для виконання такого аналізу та запровадження системи ефективного менеджменту соціальної відповідальності варто здійснити такі заходи:

1. Розробити положення про соціальну політику компанії. Узгодити зазначення положення з колективним договором підприємства.

2. Покласти на управлінський персонал зобов'язання та мотивувати потребу впроваджувати заходи соціального спрямування, що зазначені у положенні, з врахуванням міжнародної практики здійснення такої діяльності.

3. Здійснювати регулярний облік соціальних програм та моніторинг ефективності впровадження соціальних заходів.

4. Вивчати досвід вітчизняних підприємств щодо впровадження корпоративної соціальної відповідальності, здійснювати оцінку існуючих місцевих та регіональних програм з метою визначення доцільності долучення до них.

5. Здійснювати опитування персоналу, щодо ефективності існуючих соціальних програм та потреби у додаткових з метою підтримки та мотивування всіх учасників системи соціальної відповідальності й виявлення напрямків коригування та удосконалення.

6. Сформувати сукупність показників, які, на думку управлінського персоналу, стануть інформаційною базою власної методики оцінювання ефективності менеджменту соціальної відповідальності на підприємстві.

7. Розробити форму нефінансового звіту з метою інформування про стан та ефективність здійснення менеджменту соціальної відповідальності перед колективом, власниками, громадськістю, який можна легко трансформувати залежно від потреб та можливостей підприємства.

**Висновки і перспективи подальших розробок.** За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. Не зважаючи на значну кількість методологічних підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності, на сьогодні відсутня методика, що дає змогу оцінити якість менеджменту у напрямку соціальної відповідальності. Більшість проаналізованих методик мають як свої переваги, так і недоліки, скориставшись якими управлінський персонал підприємства зможе розробити власну методику із оптимальною сукупністю критеріїв залежно від потреб управління, можливостей підприємства та стану соціальної відповідальності. Вважаємо за необхідне врахування в такій методиці, як внутрішніх, так і зовнішніх напрямків здійснення соціальної відповідальності.

Оцінювання всіх векторів соціальної відповідальності має здійснюватися поетапно з трьома групами показників – обсягу (кількості), якості та ефективності. Основні вимоги до підбору показників наступні: істотність для даного вектора соціальної відповідальності; кількісний вираз; можливість моніторингу на основі даних обліку; галузева специфіка; врахування міжнародних стандартів. Така векторна методика зорієнтована, у тому числі й на міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності».

Перспективи подальших досліджень в цьому напрямку мають стосуватись аналізу існуючих нефінансових звітів провідних соціально орієнтованих підприємств з метою ідентифікації системи критеріїв у межах власної методики менеджменту соціальної відповідальності.

### Література

1. Буян О. А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2012. Вип. 6 (2). С. 159–165.
2. Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» : сайт. URL: <http://csr-ukraine.org> (дата звернення: 10.08.2020).
3. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності : методи, об'єкти, показники. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. № 46 (1019). С. 53–63.
4. Презентовано шостий індекс прозорості і КСВ українських компаній. URL: <http://csr-ukraine.org/article/transparency-index-2016-2> (дата звернення: 10.08.2020).
5. Презентовано Індекс прозорості українських компаній – 2015. URL: <http://csr-ukraine.org/article> (дата звернення: 11.08.2020).
6. Віннічук Ю., Головнєв С. 200 найбільших компаній України 2018 року. Бізнес цензор. URL: <https://biz.censor.net/r3147570> (дата звернення: 14.08.2020).
7. Що таке нефінансова звітність і хто в ній зацікавлений? : Офіційний сайт «CSR MarketPlace». URL: <http://www.csrinfo.org.ua> (дата звернення: 14.08.2020).
8. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності : методи, об'єкти, показники. Вісник НТУ «ХПІ». 2013. № 46 (1019). С. 53–63. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/3935> (дата звернення: 17.08.2020).
9. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність : інструмент соціально відповідального бізнесу. Київ : Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні, 2010. 84 с.
10. Корпоративний реєстр. Глобальні ресурси з КСВ : сайт. URL: <https://corporateregister.com> (дата звернення: 19.08.2020).
11. Товма Н. А. Рейтинговые показатели КСО. URL: [http://www.rusnauka.com/5\\_NMIV\\_2009/Economics/40769.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/40769.doc.htm) (дата звернення: 21.08.2020).
12. Литовченко С. Е. Доклад о социальных инвестициях в России 2004 год. Роль бизнеса в общественном развитии. Москва : Ассоциация менеджеров, 2004. 80 с.
13. Кричевский Н. А., Гончаров С. Ф. Корпоративная социальная ответственность : монография. Москва : Дашков и Ко, 2007. 216 с.
14. Лепихина Т. П., Мохова Е. Г. Формирование социальной политики фирмы на основе расчёта индекса её социальной ответственности. Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Серия «Социально-экономические науки». 2012. № 13 (37). С. 113–127.
15. Мазурик О. В. Соціальний аудит: потенційні можливості та перспективи застосування в українському суспільстві. Український соціум. 2010. № 1. С. 137–144.
16. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. Вісник Української академії банківської справи. 2012. № 1 (32). С. 97–101.
17. Кашин В., Нещадін А., Тульчинський Г. Методика оцінки ефективності корпоративної соціальної політики (соціальних інвестицій і соціального партнерства). Человек и труд. 2012. № 5. С. 20–28.
18. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2010. № 30. С. 127–133.
19. Перекрестов Д. Г., Поварич І. П., Шабашев В. А. Корпоративная социальная ответственность : вопросы теории и практики : монография. Москва : Академия Естествознания, 2011. URL: <http://www.rae.ru/monographs/139-4596> (дата звернення: 21.08.2020).
20. Черних О. В. Перешкоди та напрями регіонального розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств. Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. 2011. С. 140–150. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim\\_2011\\_2011\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim_2011_2011_15) (дата звернення: 26.08.2020).

**References**

1. Buyan, O. A. (2012). *Approaches to assessing the effectiveness of enterprises corporate social responsibility in Ukraine* [Pidkhody do otsinky efektyvnosti korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv v Ukraini], Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu, Seriiia «Ekonomika», Vyp. 6 (2), s. 159–165 [in Ukrainian]
2. *Center for Corporate Social Responsibility Development*: site [Tsentr «Rozvytok korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti»: sait]. Retrieved from: <http://csr-ukraine.org> [in Ukrainian]
3. Yevtushenko, V. A. (2013). *Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, indicators* [Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky], Visnyk NTU «KHPI», No. 46 (1019), s. 53–63 [in Ukrainian]
4. *The sixth index of transparency and CSR of Ukrainian companies was presented* [Prezentovano shostyi indeks prozorosti i KSV ukrainskykh kompanii]. Retrieved from: <http://csr-ukraine.org/article/transparency-index-2016-2> [in Ukrainian]
5. *Transparency Index of Ukrainian Companies – 2015 presented* [Prezentovano Indeks prozorosti ukrainskykh kompanii – 2015]. Retrieved from: <http://csr-ukraine.org/article> [in Ukrainian]
6. Vinnichuk, Yu., Golovnev, S. *200 largest companies of Ukraine in 2018* [200 naibilshykh kompanii Ukrainy 2018 roku], Biznes tsenzor. Retrieved from: <https://biz.censor.net/r3147570> [in Ukrainian]
7. *What is non-financial reporting and who is interested in it?: official site of «CSR Market Place»* [Shcho take nefinansova zvitnist i khto v nii zatsikavlenyi?: ofitsiyni sait «CSR Market Place»]. Retrieved from: <http://www.csrinfo.org.ua> [in Ukrainian]
8. Yevtushenko, V. A. (2013). *Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, indicators* [Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky], Visnyk NTU «KHPI», No. 46 (1019), s. 53–63. Retrieved from: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/3935> [in Ukrainian]
9. Vorobey, V., Zhurovska, I. (2010). *Non-financial reporting: a tool for socially responsible business* [Nefinansova zvitnist: instrument sotsialno vidpovidalnoho biznesu], Predstavnytstvo OON v Ukraini, Initsiatyva Hlobalnoho dohovoru v Ukraini, Kyiv, 84 s. [in Ukrainian]
10. *Corporate register. Global CSR Resources*: site [Korporatyvnyi reistr. Hlobalni resursy z KSV: sait]. Retrieved from: <https://corporateregister.com> [in Ukrainian]
11. Tovma, N. A. *Rating indicators of CSR* [Reytingovye pokazateli KSO]. Retrieved from: [http://www.rusnauka.com/5\\_NMIV\\_2009/Economics/40769.doc.htm](http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/40769.doc.htm) [in Russian]
12. Litovchenko, S. E. (2004). *Russia Social Investment Report 2004. The role of business in social development* [Doklad o sotsialnykh investitsiyakh v Rossii 2004 god. Rol biznesa v obshchestvennom razvitii], Assotsiatsiya menedzherov, Moskva, 80 s. [in Russian]
13. Krichevskiy, N. A., Goncharov, S. F. (2007). *Corporate social responsibility: monograph* [Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: monografiya], Dashkov i Ko, Moskva, 216 s. [in Russian]
14. Lepikhina, T. P. & Mokhova, E. G. (2012). *Formation of the company's social policy based on the calculation of its social responsibility index* [Formirovanie sotsialnoy politiki firmy na osnove rascheta indeksa yeyo sotsialnoy otvetstvennosti], Vestnik Permskogo natsionalnogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Seriya «Sotsialno-ekonomicheskie nauki», No. 13 (37), s. 113–127 [in Russian]
15. Mazuryk, O. V. (2010). *Social audit: potential opportunities and prospects for application in Ukrainian society* [Sotsialnyi audyt: potentsiini mozhlyvosti ta perspektyvy zastosuvannya v ukrainskomu suspilstvi], Ukrainskyi sotsium, No. 1, s. 137–144 [in Ukrainian]
16. Berezina, O. Yu. (2012). *Quantitative assessment of corporations social responsibility* [Kilkisna otsinka sotsialnoi vidpovidalnosti korporatsiy], Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy, No. 1 (32), s. 97–101 [in Ukrainian]
17. Kashin, V., Neshchadin, A. & Tulchinskiy, G. (2012). *Methodology for effectiveness assessing of corporate social policy (social investment and social partnership)* [Metodika otsenki

- effektivnosti korporativnoy sotsialnoy politiki (sotsialnykh investitsiy i sotsialnogo partnerstva)], *Chelovek i trud*, No. 5, s. 20–28 [in Russian]
18. Vorona, O. V. (2010). *Methodical approaches to assessing the level of social responsibility* [Metodychni pidkhody do otsinky rivnia sotsialnoi vidpovidalnosti], *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, No. 30, s. 127–133 [in Ukrainian]
  19. Perekrestov, D. G., Povarich, I. P. & Shabashev, V. A. (2011). *Corporate social responsibility: questions of theory and practice: monograph* [Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: voprosy teorii i praktiki: monografiya], Izdatelstvo «Akademiya Yestestvoznaniya». Retrieved from: <http://www.rae.ru/monographs/139-4596> [in Russian]
  20. Chernykh, O. V. (2011). *Obstacles and directions of regional development of social responsibility of domestic enterprises* [Pereshkody ta napriamy rehionalnoho rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti vitchyznianskykh pidpriemstv], *Stratehiia i mekhanizmy rehuliuвання promyslovoho rozvytku*, s. 140–150. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim\\_2011\\_2011\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sim_2011_2011_15) [in Ukrainian]