

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

КОВАЛЕНКО ЄВГЕН ВОЛОДИМИРОВИЧ

УДК 338.24:330.162

ДИСЕРТАЦІЯ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ
КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Спеціальність 08.00.03 – Економіка
та управління національним господарством
Економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Є. В. Коваленко

Науковий керівник - Харчишина Олена Володимирівна
доктор економічних наук, доцент

Суми – 2018

АНОТАЦІЯ

Коваленко Є.В. Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – Економіка та управління національним господарством, (галузь знань – економічні науки). – Сумський державний університет; Національний авіаційний університет, Київ, 2018.

Дослідження присвячено розвитку теоретико-методичних положень і розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Узагальнено концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності за рахунок ідентифікації її функцій та характеристик, що дозволило представити авторське трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності як відповідальності бізнес-структури за вплив її рішень, дій та їх наслідків на суспільство в цілому, соціальні групи, навколишнє середовище, враховуючи очікування заінтересованих сторін; відповідає міжнародним нормам етики ведення бізнесу та чинному законодавству; передбачає збалансування економічних, екологічних і соціальних параметрів діяльності організації з метою забезпечення її сталого розвитку; інтегрована у стратегічну і операційну діяльність бізнес-структурою; формується на основі встановлення партнерського регулювання відносин з державною та місцевою владою.

Визначено, що сучасні тенденції встановлення взаємовідносин держави та суб'єктів бізнесу щодо управління соціально-відповідальною діяльністю тяжіють до переходу від примусових, адміністративних методів до розвитку партнерських відносин на основі зацікавленості обох сторін такої взаємодії. Обґрунтовано, що держава поступово буде відходити від ролі основного

ініціатора підвищення соціальної відповідальності бізнесу і практики її прямого регулювання, а підприємства свідомо займуть активну позицію щодо розширення відповідальності підприємницької діяльності. Проведений порівняльний аналіз типів взаємовідносин держави та бізнесу у процесі розвитку КСВ дозволив віднести до основного типу – партнерські відносини/спільне регулювання, а саморегулювання – в якості суттєвого доповнення, що у сукупності здатні забезпечити свою результативність у сучасних умовах з урахуванням прийнятого політичного курсу, соціально-економічних умов національної економіки в Україні.

Удосконалено класифікацію факторів розвитку соціальної відповідальності за рахунок доповнення і уточнення складу зовнішніх та внутрішніх чинників щодо підприємства. Зовнішні чинники відображають наявність та вплив важливих екзогенних факторів імплементації соціальної відповідальності в діяльність підприємства і включають такі фактори як національна політика у сфері соціальної відповідальності бізнесу, нормативне забезпечення інституту корпоративної соціальної відповідальності, рівень корупції в державі, мотивація до співпраці у сфері соціальної відповідальності в державних та місцевих органах влади, рівень довіри в суспільстві, наявність у ньому єдиного розуміння соціальної відповідальності суб'єктів господарювання та її значення, сприятлива податкова політика тощо. В свою чергу внутрішні чинники представлені організаційними й особистісними, що відображають потенційну здатність підприємства впроваджувати соціальну відповідальність у свою діяльність.

Обґрунтовано використання в якості аналітичного базису оцінювання стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності на мезо- та макrorівні систему економічних показників - витрати на персонал, витрати на виконання науково-технічних робіт, екологічні платежі, витрати на благодійність, податок на прибуток; соціальних показників – щодо укладання колективних договорів.

Відстежено, що в більшості випадків соціально-відповідальна активність підприємств в Україні обмежується благодійництвом та філантропією, а обсяги соціальних інвестицій мають тенденцію до поступового скорочення, погіршується стан укладання колективних договорів. Наявність фінансових труднощів та відсутність національного законодавства у сфері регулювання корпоративної соціальної відповідальності є домінантними перешкодами в розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Визначено, що найближчими роками соціально-відповідальна діяльність буде розвиватись за рахунок великих бізнес-структур, які мають фінансові можливості для впровадження масштабних соціальних програм та інтегрують програми з корпоративної соціальної відповідальності у стратегію діяльності.

Акцентовано, що інституційна структура постійно удосконалюється і з'являються нові інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які краще відповідають сучасним соціально-економічним реаліям. Представлена систематизація інститутів корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням їх функцій та значення для розвитку відповідальності бізнесу на макрорівні, яка враховує такі сучасні інститути як політика енергозбереження, екстравертивні та інтровертивні інститути моніторингу.

Аргументовано, що впровадження частиною вітчизняних бізнес-структур у власну діяльність міжнародних соціально-орієнтованих практик, підсилене існуючими ініціативами громадських організацій, очікує на підтвердження від держави реалізації функцій держави як соціального інституту та соціального партнера. Це повинно проявлятися у встановленні цільових орієнтирів та зон відповідальності держави та бізнесу у економічних, соціальних та екологічних питаннях, створенні адекватних інституційних передумов для соціально активної діяльності бізнесу. Обґрунтовано доцільність розробки вітчизняних стандартів корпоративної соціальної відповідальності та запровадження

державних вимог щодо обов'язковості їх дотримання з паралельним добровільним запровадженням міжнародних стандартів ISO.

Удосконалений організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю орієнтований на забезпечення сталого розвитку національної економіки та базується на встановленні партнерських відносин держави та бізнесу, проактивної позиції усіх учасників процесу розвитку корпоративної соціальної відповідальності з конкретизацією принципів, методів з відповідною системою інструментів, функцій.

Розвинуто стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності, які конкретизовано за складовими: економічною (інформаційна і просвітницька робота, впровадження наукових проєктів, налагодження діалогу і партнерських відносин з бізнесом, розробка регуляторної політики із залученням представників бізнесу та громадськості, затвердження державних стандартів, впровадження спільних проєктів держави і бізнесу, створення спеціалізованих громадських організацій); соціальною (розвиток громадянського суспільства та ініціативності громадян, формування соціальної культури, широке інформування і обговорення громадськості щодо соціальних проблем, партиципативне бюджетування, гендерне бюджетування, поступове підвищення соціальних стандартів, побудова відкритого суспільства, інклюзивної економіки); екологічною (підвищення рівня екологічної свідомості, впровадження загальнодержавних та регіональних екологічних проєктів, оновлення обладнання і технологій, впровадження підходу «зеленого офісу», зменшення забруднення).

Аргументовано, що важливість використання загального уніфікованого теоретико-методичного підходу до оцінювання соціальної відповідальності бізнесу на макроекономічному рівні обумовлена можливістю одержати систематизовану інформацію про кількісно-якісні параметри процесів, які

відбуваються у сфері соціальної відповідальності підприємств, структурувати цю інформацію за регіональною та галузевою ознаками, створити необхідну інформаційну базу для розробки і адаптації макроекономічного регулювання соціальної відповідальності бізнесу, забезпечить можливість проведення бенчмаркінгу рівня соціальної відповідальності бізнесу, визначення найкращих соціально-відповідальних практик підприємств у галузевому або територіальному розрізі.

Розроблено методичні положення оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю, що полягають у розрахунку відповідного інтегрального індексу на основі середньозваженої суми соціально-економічної та фінансово-інвестиційної груп індикаторів, який дозволяє визначати стан управління корпоративною соціальною відповідальністю на національному та регіональному рівнях. Їх застосування дозволило здійснити групування регіонів України.

З метою активізації активності і прояву свідомості громадян та суб'єктів громадянського суспільства як базових рушійних сил процесів, що лежать в основі соціально-відповідальної діяльності бізнесу, суспільних перетворень і сталого розвитку національної економіки вдосконалено організаційні засади управління корпоративною соціальною відповідальністю на основі партиципативного бюджетування. Узагальнення зарубіжного і вітчизняного досвіду засвідчує, що розширення громадсько-адміністративної платформи територіального розвитку та бізнес-адміністрування на основі створення передумов ініціювання та відбору стратегічно пріоритетних проектів дозволяє досягти підвищення результативності управління територіальним розвитком. Розроблено практичні пропозиції щодо функціональної спрямованості двосторонніх комунікацій між публічною владою та мешканцями певної території.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, організаційно-економічний механізм, управління, державно-приватне партнерство, партиципативне бюджетування.

ANNOTATION

Kovalenko Y. V. The organizational and economical mechanism of corporate social responsibility management. – Qualifying scientific work as a manuscript.

Thesis for the economic sciences candidate degree after speciality 08.00.03. – Economy and Management of National Economy, (field of study – economic science). – Sumy State University; National Aviation University, Kyiv, 2018.

The research is devoted to the development of theoretical and methodological provisions and practical recommendations for improving the organizational and economical mechanism of corporate social responsibility management.

The conceptual frameworks of corporate social responsibility are generalized by means of its functions and characteristics identification. It allows presenting the authorial interpretation of corporate social responsibility as business responsibility for the influence of its decisions, actions and consequences on the society in general, social groups, environment considering the expectations of interested parties; complies with the international business ethical standards and current legislation; means the economic, ecological and social balancing of the organizational activity settings for providing its sustainable development; is intergrated into strategic and operating business activity; is formed on the basis of the partnership establishment between national and local authorities.

It is determined that the modern tendencies of relations establishment between the state and business entities regarding the responsible operation management tend to transition from compulsory administrative methods to the development of partnership relations based on the interest of both parties in such interaction. It is substantiated that the state is gradually moving away from the role

of the main initiator in increasing business social responsibility and practice of its direct regulation, while companies are consciously taking an active position in increasing the entrepreneurship responsibility. The comparative type analysis of state and business relations in the process of corporate social responsibility development allows classifying partnership / co-regulation as the main type and self-regulation as the significant supplement. It is considered that, taken together, these types are able to provide their results rating in modern conditions, taking into account the accepted political course, social and economic conditions of the national economy in Ukraine.

The classification of social responsibility development factors by supplementing and clarifying the composition of external and internal factors concerning the enterprise is also improved. External factors reflect the presence and impact of important exogenous factors of social responsibility implementation in the enterprise activity and include such elements as national policy in the field of business social responsibility, normative provision of the corporate social responsibility institute, corruption level in the state, motivation for cooperation in the field of social responsibility in state and the local authorities, level of trust in the society, the existence of a single understanding of businesses social responsibility and its importance, favorable tax policies and others. In turn, internal factors are represented by the organizational and personal ones, reflecting the potential ability of the enterprise to implement social responsibility in its activities.

The system of economic indicators including staff costs, costs for performing scientific and technical works, environmental payments, charitable costs, and profit tax is substantiated as the analytical basis of the corporate social responsibility level estimation on the meso- and macro- level; the social indicators are related to collective bargaining.

It is observed that in most cases the socially responsible activity of enterprises in Ukraine is limited by charity and philanthropy, social investments tend to be gradually reduced, and moreover the state of concluding a collective

bargaining is worsening. The existence of financial difficulties and the lack of national legislation in the area of corporate social responsibility regulation are the dominant obstacles in the corporate social responsibility development. It is determined that in the coming years socially responsible activities will be developed at the expense of large business structures that have the financial capacity to implement large-scale social programs and integrate the programs of corporate social responsibility into the strategy of activity.

It is emphasized that the institutional structure is consistently improving and new tools for business responsibility regulation that are better suited to modern social and economic realities are appearing. The systematization of the corporate social responsibility institutes taking into account their functions and role for business responsibility development on the macro-level recognizes such modern institutes as energy conservation polices, extroverted and introverted institutes for monitoring.

It is argued that the implementation of international social-oriented practices reinforced by existing initiatives of civic organizations into the activities of some national business-structures expects the state confirmation concerning the realization of the state functions as a social institute and social partner. It should be manifested in setting of the targets and state and business responsibility areas in the economic, social and environmental issues, creating adequate institutional preconditions for socially active business activities. The feasibility of developing the national standards of the corporate social responsibility is substantiated as well as the introduction of state requirements for mandatory compliance with the parallel voluntary implementation of the international ISO standards.

The improved organizational and economic mechanism of corporate social responsibility management is focused on securing sustainable development of national economy and based on building of the partnership relations between state and business, the participants' proactive stance of corporate social responsibility

development with concretization of principles, methods with appropriate system of means, functions.

The strategic directions of the corporate social responsibility development are formed according to the constituents: economic (informational and awareness-raising work, implementation of the scientific projects, building of the dialogue and partnership relations with business, formulation of regulatory policy with involvement of business and public representatives, approval of state standards, implementation of joint state and business projects, creation of specialized civil organizations); social (development of civil society and citizens' initiative, formation of social culture, wide public information and discussion about social problems, participative budgeting, gender budgeting, gradual increase of social standards, building of an open society, inclusive economy); ecological (increase the environmental awareness level, implementation of national and regional environmental projects, upgrading of equipment and technologies, implementation of "the green office" approach, reduction of pollution).

It is argued that the importance of using the general unified theoretical and methodical approach for estimating the business social responsibility at the macroeconomic level is due to the possibility to obtain systematic information about the quantitative and qualitative parameters of the processes taking place in the field of enterprises social responsibility, to structure this information by regional and sectoral features, to create the necessary information base for the development and adaptation of macroeconomic regulation of business social responsibility, to provide opportunity for benchmarking level of business social responsibility, identification of the best social responsible practices in the industrial or regional aspects.

The methodological provisions of the corporate social responsibility management level estimation are developed. It involves the calculation of the appropriate integral index basing on the average weighted amount of the social and economic and finance and investment indicator groups that allows determining the

corporate social responsibility management condition at the national and regional level. Their usage makes possible to group the regions of Ukraine.

Therefore, the corporate social responsibility management organizational frameworks based on the participatory budgeting process are improved with a view to increasing activity and awareness of citizens and civil society actors being the driving force of processes that underlie socially responsible business activities, social transformations and sustainable development of national economy. The generalization of foreign and domestic experience shows that the expansion of the public administrative platform of territorial development and business administration on the basis of creating the preconditions for initiating and selecting strategically priority projects allows to achieve the effectiveness increase of territorial development management. Moreover, practical proposals concerning functional structure of bilateral communication between the public authority and inhabitants of a certain territory are also formulated.

Keywords: the corporate social responsibility, the sustainable development, the organizational and economic mechanism, management, public and private partnership, participatory budgeting.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ АВТОРА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Розділи у колективних монографіях:

1. Коваленко Є. В. Корпоративна соціальна відповідальність як забезпечення стійкого розвитку бізнес-організацій // Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph - Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. 332 p. С. 286-291 (0,5 друк. арк.). *(Монографію включено до міжнародної наукометричної бази РІНЦ (Росія).*

У наукових фахових виданнях України:

2. Коваленко Є. В., Білопільська О. О., Сухоставець Р. М. Формування економічного механізму екологічного страхування в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2010. №4. С. 192-197 (0,55 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено завдання та основні складові економічного механізму екологічного страхування в Україні).

3. Коваленко Є. В., Пересадько Г. О., Старченко Л. В. Оцінка забезпечення організаційно-економічних засад у сфері поводження з ТВП. *Вісник ОНУ*. Т19. Вип. 3/2. Економіка. 2014. С.165-169 (0,6 друк. арк.). (Особистий внесок: узагальнено стан проблеми щодо утворення ТВП, визначено її вплив на рівень екологічної та соціальної напруги. (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *Google Scholar*, *ІРБІС* (Україна)).

4. Коваленко Є. В. Теоретичні засади державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч.1. С.50-53 (0,6 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *ІРБІС* (Україна)).

5. Коваленко Є.В. Еволюція відповідальності у бізнесі як відображення соціально-економічних процесів макрорівня. *Вісник Одеського Національного університету*. Економіка. 2015. Т. 20. Вип. 1/2. С. 57-61 (0,7 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *Google Scholar*, *ІРБІС* (Україна)).

6. Коваленко Є. В. Особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип.7. 2015. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-7-2015/15-vipusk-7-veresen-2015-r/1202-kovalenko-e-v-osoblivosti-rozvitku-korporativnoji-sotsialnoji-vidprovidalnosti-v-ukrajini> (0,5 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus* (Польща)).

7. Коваленко Є. В., Сотник І. М., Дегтярьова І. Б. Сучасні загрози енерго- та ресурсоефективному розвитку економіки. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 11(173). С. 137-145. (0,75 друк. арк.). *(Особистий внесок: визначено недостатній рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності як одну з основних загроз енерго- та ресурсоефективного розвитку економіки; узагальнено позитивний досвід провідних українських компаній у цьому напрямі). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз Scopus (Нідерланди), EBSCOhost, EconLit, ABI/Inform (by ProQuest), Erih Plus (Норвегія).*

8. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 9. 2016. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf> (0,65 друк. арк.). *(Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (Польща).*

9. Коваленко Є. В. Оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Вісник СумДУ*. Серія «Економіка». 2016. №3. С. 27-39 (0,9 друк. арк.).

10. Коваленко Є. В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 1. С.11-17 (0,6 друк. арк.). *(Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз Index Copernicus (Польща), Ulrich's Periodicals Directory Ulrichweb (США), Google Scholar, CEJSH (Польща), EconBiz (Німеччина), RePec (США), РІНЦ (Росія), ІРБІС (Україна).*

11. Коваленко Є. В. Організаційно-інституційні детермінанти управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №10. С. 158-161 (0,4 друк. арк.). *(Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз Index Copernicus (Польща), ІРБІС (Україна).*

12. Коваленко Є. В., Сотник І. М., Харчишина О. В. Реформування системи субсидій населенню в контексті сталого енергоефективного розвитку

України. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 243-252 (0,75 друк. арк.) (*Особистий внесок: визначено концепцію сталого розвитку як основу державної політики енергозбереження; обґрунтовано, що реалізація усіх складових політики енергозбереження можлива лише за рахунок розвитку корпоративної соціальної відповідальності*). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз EBSCOhost, EconLit, ABI/Inform (by ProQuest), Erih Plus (Норвегія).

13. Коваленко Є. В. Стимулювання розвитку корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2017. № 26. С.167-171 (0,5 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз Index Copernicus (Польща), ІРБІС (Україна).

Статті у наукових фахових виданнях іноземних держав, які включені до міжнародних наукометричних баз:

14. Kovalenko E., Illiashenko S., Peresadko G., Pidlisna O. Corporate social responsibility in marketing researches: literature review. *Corporate Ownership and control*. 2014. Vol. 11, issue 4. P. 499-503 (0,6 друк. арк.). (*Особистий внесок: визначено поняття корпоративної соціальної відповідальності*). (Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази Scopus (Нідерланди).

15. Коваленко Є. В., Кулик Л. А. Перехід до екологічно збалансованого ресурсозберігаючого розвитку як фактор підвищення ресурсоефективності регіону. *Съвременни проблеми на регионалното развитие: събрани статии*. Т. 1. Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, Бълґария, 2014. С. 355-359 (0,4 друк. арк.). (*Особистий внесок: визначено основні складові організаційно-економічного механізму екологічно-збалансованого розвитку регіону, зазначено завдання та роль цього механізму у забезпеченні сталого розвитку*). (Випуск видання включено до міжнародних

наукометричних баз РИНЦ) (Росія); *Conference Proceedings Citation Index - Social Sciences & Humanities (CPCI-SSH)*.

**Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації
(матеріали наукових конференцій)**

16. Kovalenko E., Kolontaevskaya A. Environmental problems in downside of globalization. *Economics for Ecology ISCS'2011: 17th International Scientific Conference*, May 6-9, 2011. Суми: СумДУ. 2011. С. 66-68 (0,13 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено основні екологічні проблеми, які пов'язані із процесом глобалізації).

17. Коваленко Є. В. Модель розвитку корпоративної соціальної відповідальності. *Modern problems of management: economics, education, health care and pharmacy: 3rd International Scientific Conference* (19-21 November 2015, Opole, Poland): conference proceedings. Opole, Poland: WSZiA, 2015. P. 24-26 (0,15 друк. арк.).

18. Коваленко Є. В. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності. *Економічні проблеми сталого розвитку: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. ім. проф. Балацького О.Ф.* (27 травня 2015 м. Суми) / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. Суми: СумДУ, 2015. С. 173-174 (0,15 друк. арк.).

19. Коваленко Є. В. Чинники розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали четвертої міжнар. наук.-практ. конф.* (18 вересня 2015, м. Одеса). Одеса: Атлант, 2015. С. 350-351 (0,15 друк. арк.).

20. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Сучасні проблеми менеджменту. Матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф.* (23 жовтня 2015, Київ). Київ.: НАУ 2015. С. 149-150 (0,11 друк. арк.).

21. Коваленко Є. В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічний розвиток України: загрози та виклики в умовах трансформаційних змін. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (29-30 квітня 2016, м. Одеса) / відп. за вип. д. е. н.,

проф. С. О. Якубовський. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечнікова, 2016. С. 65-67 (0,25 друк. арк.).

22. Коваленко Є. В. Взаємозв'язок сучасних моделей публічного управління та корпоративної соціальної відповідальності. *Сучасні проблеми менеджменту*. Матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (28 жовтня 2016, Київ). Київ.: НАУ. 2016. С. 153-156 (0,15 друк. арк.).

23. Коваленко Є. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Економіка в контексті інноваційного розвитку*. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (12-13 лютого 2016, м. Ужгород). Ужгород: Гельветика. 2016. Ч. 4. С. 44-47 (0,25 друк. арк.).

24. Коваленко Є. В. Розвиток соціальної відповідальності в Україні. *Виробничий менеджмент: історія і сьогодення*. Матеріали круглого столу з нагоди 100-річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне і промислове управління» (1916 р.). Київ: НУБіП. 2016. С. 146-149 (0,15 друк. арк.).

25. Коваленко Є. В. Методичні засади оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Соціально-економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та проблеми відтворення*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (28-29 квітня 2017 р., м. Львів). Львів, 2017. С. 31-33 (0,2 друк. арк.).

26. Коваленко Є. В. Організаційно-економічні аспекти вдосконалення управління КСВ. *STABICONsystems – 2017*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (27-29 квітня 2017 р., м. Суми). СумДУ: Суми, 2017. С. 63-65 (0,13 друк. арк.).

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

27. Коваленко Є. В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Економіка і Фінанси*. 2017. № 2. С. 47-57 (0,6 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз РИНЦ (Росія); Ulrich's Periodicals Directory (Велика Британія, США); Index Copernicus (Польща)).

ЗМІСТ

ВСТУП	18
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	27
1.1. Еволюція відповідальності бізнесу як основа сучасної теорії корпоративної соціальної відповідальності	27
1.2. Концептуальні засади розвитку корпоративної соціальної відповідальності	39
1.3. Теоретичні та методичні засади формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю	60
Висновки до розділу 1	88
РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	91
2.1. Аналіз стану і особливостей соціально-відповідальної діяльності суб'єктів господарювання	91
2.2. Характеристика інституційної структури корпоративної соціальної відповідальності	111
2.3. Сучасний стан управління корпоративною соціальною відповідальністю	139
Висновки до розділу 2	159
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ	163
3.1. Обґрунтування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю	163
3.2. Розробка методичних положень оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні	178
3.3. Практичні механізми активізації розвитку корпоративної соціальної відповідальності на основі використання сучасних підходів у сфері публічного управління	197
Висновки до розділу 3	213
ВИСНОВКИ	216
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	220
ДОДАТКИ	244

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Концепція корпоративної соціальної відповідальності впродовж останніх десятиліть стала важливим науково-практичним та теоретико-методологічним базисом державної політики економічного розвитку багатьох країн світу. Розширення використання її базових положень як інструменту забезпечення сталого розвитку економіки потребує наукової зосередженості на оновленні форм і принципів взаємовідносин між державою та бізнесом в контексті суспільних інтересів з урахуванням політичних, економічних та соціальних реалій в Україні. Сучасні підходи до організації такої взаємодії ґрунтуються на визнанні держави та суб'єктів підприємництва як рівноправних партнерів у вирішенні багатьох задач економічного, екологічного та соціального характеру.

Важливий внесок у розробку теоретико-прикладних аспектів корпоративної соціальної відповідальності зробили такі зарубіжні вчені – М. Альбер, Г. Боуен, Дж. Грейсон, К. Девіс, А. Матіс, П. Дракер, А. Карр, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Крамер, К. Левін, М. Портер, М. Фрідмен, Р. Фрімен, Ф. Хайєк та вітчизняні вчені – Д. Баюра, О. Березіна, В. Геєць, Л. Грицина, О. Грیشнова, Г. Захарчин, О. Новікова, А. Колот, Є. Мішенін, О. Охріменко, О. Панькова, Н. Сіменко, О. Степанова, Н. Супрун, С. Смерічевський, Н. Ушенко, О. Харчишина, І. Царик, В. Шаповал, А. Чухно та інші.

Поглиблення глобалізаційних умов ускладнило макроекономічне регулювання в умовах відкритості економік, посилило роль міжнародних політичних та економічних організацій, полегшило мультинаціональним корпораціям доступ на національні ринки, що у сукупності сприяло поширенню світових практик реалізації соціальної відповідальності на вітчизняний бізнес. Для забезпечення результативності цього процесу наразі доцільні напрацювання щодо регуляторних засад сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності в системі національної економіки, зокрема через встановлення пріоритетів соціально-економічної політики

держави щодо корпоративної соціальної відповідальності та їх інтеграцію у реформовану систему державного управління, розробку концептуальних положень державно-приватного партнерства у вирішенні суспільних проблем, системного узагальнення у формі організаційно-економічного механізму управління КСВ. Це зумовило вибір теми, формулювання мети, визначення завдань і структури дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукові дослідження щодо проблем і перспектив розвитку КСВ виконувались у рамках науково-дослідної теми Національного авіаційного університету МОН України «Інституційне забезпечення формування конкурентних стратегій підприємств на засадах соціально-відповідального маркетингу» (державний реєстраційний номер 0117U006511), де запропоновано методичні підходи до проведення оцінювання рівня управління КСВ. Наукові дослідження з проблем механізму розвитку КСВ здійснювались у Сумському державному університеті МОН України в рамках науково-дослідної теми «Розробка інституційних і економічних засад забезпечення сталого розвитку і «зеленої» економіки на регіональному рівні» (державний реєстраційний номер 0116 U007179), де запропоновано удосконалення інституційного механізму КСВ як основи сталого розвитку економіки. Наукові дослідження з проблем державного управління екологічною складовою КСВ виконувались у Сумському державному університеті в рамках науково-дослідної теми «Фундаментальні основи формування екологічно орієнтованих механізмів реалізації соціально-економічного потенціалу в умовах інформаційного суспільства» (державний реєстраційний номер 0111U002149), де розроблено напрями реформування політики природокористування та економічні важелі її регулювання.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розробка теоретико-методичних положень і практичних рекомендацій з удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною

відповідальністю в Україні. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- розкрити еволюцію відповідальності бізнесу в контексті сучасної теорії корпоративної соціальної відповідальності;

- визначити концептуальні засади розвитку корпоративної соціальної відповідальності;

- охарактеризувати теоретичні та методичні засади формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю;

- проаналізувати стан та особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні та удосконалено методичні засади до її діагностування;

- охарактеризувати інституційну структуру та стан управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні;

- розробити методичні положення щодо удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю;

- запропонувати методичні положення оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю;

- обґрунтувати практичні рекомендації щодо сприяння розвитку корпоративної соціальної відповідальності на засадах впровадження громадянської партиципації.

Об'єктом дослідження є процес управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Предметом дослідження є теоретико-методичні положення та практичні рекомендації щодо удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю в системі національної економіки.

Методи дослідження. Дисертаційна робота базується на теоретичних положеннях щодо розвитку й управління корпоративною соціальною відповідальністю. Для досягнення поставленої мети і розв'язання завдань застосовано такі загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: *методи аналізу, синтезу і формалізації* – при узагальненні теоретичних підходів до визначення сутності та складових корпоративної соціальної відповідальності, ідентифікації факторів і методичних підходів до оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності; *історичний метод* - для ретроспективних досліджень розвитку корпоративної соціальної відповідальності як економічної категорії, визначення етапів її розвитку та їх особливостей; *системно-структурний метод* – для обґрунтування методичних засад удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю; *статистичний метод* – у процесі обробки та систематизації статистичних даних з метою оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю; *метод багатомірного факторного аналізу, метод головних компонент* – для визначення найважливіших індикаторів, які впливають на рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю, і формування синтетичних факторів управління корпоративною соціальною відповідальністю; *індексний метод, метод порівняльного аналізу* – для обґрунтування індексу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю та аналізу регіональних відмінностей його значень; *графічний, табличний методи* – для графічного зображення результатів досліджень; *метод причинно-наслідкових, функціональних, логічних зв'язків і залежностей* – для удосконалення організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю в системі економічних відносин на рівні національної економіки, розробки стратегічних напрямів розвитку корпоративною соціальною відповідальністю; *абстрактно-логічний*

метод – для проведення теоретичних узагальнень та формулювання висновків дисертаційної роботи.

Інформаційну базу дослідження становили нормативно-правові акти України, нормативні документи ООН, ЄС та інших міжнародних організацій, об'єднань; матеріали Державної служби статистики України, представництва ООН в Україні, Глобального договору ООН; наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з тематики досліджень; матеріали особистих досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що у дослідженні на основі системного осмислення теорії корпоративної соціальної відповідальності та аналізу її структури викладено авторський підхід до удосконалення методичних та практичних положень управління корпоративною соціальною відповідальністю з метою посилення її структурно-функціональної ролі у сталому розвитку національної економіки. Основні результати наукового дослідження, які містять наукову новизну, полягають у наступному:

вперше:

– розроблено методичні положення оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю, що полягають у розрахунку інтегрального індексу на основі середньозваженої суми соціально-економічної та фінансово-інвестиційної груп індикаторів, що дозволить здійснювати моніторинг кількісно-якісних параметрів реалізації корпоративної соціальної відповідальності для вдосконалення та коригування регуляторних заходів в системі національної економіки;

удосконалено:

– теоретична сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність» за рахунок ідентифікації її змістовних характеристик та функцій, які розкривають роль соціальних ініціатив бізнесу в економічній системі, що дозволило представити авторське трактування поняття, яке, на відміну від

існуючих, орієнтовано на аспект партнерських відносин бізнесу та держави, що, в свою чергу, визначає порядок і зміст основних процесів управління корпоративною соціальною відповідальністю в контексті суспільних інтересів;

– організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю, орієнтованого на забезпечення сталого розвитку національної економіки, який, на відміну від існуючих, базується на встановленні партнерських відносин держави та бізнесу, проактивної позиції усіх учасників процесу розвитку корпоративної соціальної відповідальності з конкретизацією принципів, методів з відповідною системою інструментів, функцій (політичної, інформаційно-методичної, мотиваційної, контрольної, комунікаційної) за визначеними складовими (напрямами) реалізації (відповідальність бізнес-структур перед найманими працівниками, власниками і партнерами; відповідальність бізнесу перед суспільством у культурній, освітній та екологічній сферах; співвідношення приватної та публічної етики у комерційних питаннях), що дозволить активізувати інтеграцію концептуальних положень корпоративної соціальної відповідальності у економічні процеси та у загальному результаті сприятиме соціально-економічному розвитку країни;

– організаційні засади управління корпоративною соціальною відповідальністю, що, на відміну від існуючих, передбачають використання можливостей процесу партиципативного бюджетування, завдяки якому забезпечується вплив на рівень активності та свідомості громадян і суб'єктів громадянського суспільства як базових рушійних сил процесів, що лежать в основі соціально відповідальної діяльності бізнесу, суспільних перетворень і сталого розвитку національної економіки;

набули подальшого розвитку:

– теоретико-методичні засади оцінювання рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності з метою формування організаційно-економічного механізму управління нею, який, на відміну від існуючих, враховує відмінності

підприємств різних розмірів, доповнює систему показників індикаторами охоплення працівників колективними договорами, дозволяє розширити можливості аналізу та підвищити ефективність управлінських рішень.

– систематизація інститутів корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням їх функцій та значення для розвитку відповідальності бізнесу на макрорівні, що, на відміну від існуючих підходів, враховує такі сучасні інститути, як політика енергозбереження, екстравертивні та інтровертивні інститути моніторингу, що дозволить досягати цілей сталого розвитку за рахунок розширення суб'єктів інституційного забезпечення;

– стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності, які конкретизовано за складовими: економічною (інформаційна і просвітницька робота, впровадження наукових проєктів, налагодження діалогу і партнерських відносин з бізнесом, розробка регуляторної політики із залученням представників бізнесу та громадськості, затвердження державних стандартів, впровадження спільних проєктів держави і бізнесу, створення спеціалізованих громадських організацій); соціальною (розвиток громадянського суспільства та ініціативності громадян, формування соціальної культури, широке інформування і обговорення громадськості щодо соціальних проблем, партиципативне бюджетування, гендерне бюджетування, поступове підвищення соціальних стандартів, побудова відкритого суспільства, інклюзивної економіки); екологічною (підвищення рівня екологічної свідомості, впровадження загальнодержавних та регіональних екологічних проєктів, оновлення обладнання і технологій, впровадження підходу «зеленого офісу», зменшення забруднення), що дозволить забезпечити ефективність реалізації організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю у контексті досягнення цілей сталого розвитку національної економіки на основі стратегічного бачення та орієнтації на досягнення довгострокових ефектів.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення розроблених автором у дисертації теоретичних положень, висновків та рекомендацій полягає в тому, що вони можуть бути застосовані органами державного управління для удосконалення механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю, а також бізнес-структурами у процесі розширення соціальної складової їхньої діяльності.

Результати дослідження були використані Комітетом з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи Верховної Ради України – у ході підготовки рекомендацій слухань у Комітеті на тему «Реформування природоохоронної галузі: зміна системи нагляду за дотриманням законодавства» (довідка № 274/4-31 від 28.01.2017р.), Департаментом економічного розвитку і торгівлі Сумської обласної державної адміністрації – в процесі активізації участі громадян у бюджетному процесі на місцевому рівні і запровадження партиципативного бюджетування у містах і селищах Сумської області (довідка № 766 від 21.06.2016 р.). Також знайшли практичну реалізацію в діяльності Громадської організації «Центр розвитку території та соціального маркетингу «Триторія» (довідка № 13 від 23.01.2017 р.), ЖОАНК «Дорадчий центр» (довідка № 35/16 від 27.03.2016 р.), ТОВ «Сумський машинобудівний завод» (довідка №ОМ12-0037 від 08.09.2016 р.) та в освітньому процесі Сумського державного університету (акт № 8 від 17.03.2017 р.).

Особистий внесок автора. Наукові результати, висновки і пропозиції дослідження автор одержав самостійно. Внесок автора у роботах, які опубліковані у співавторстві, вказано у списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертаційної роботи доповідалися, обговорювалися та одержали позитивну оцінку на 10 науково-практичних конференціях, зокрема, на 9 міжнародних: «STABICON systems - 2017» (27-29 квітня 2017, м. Суми); «Соціально-економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та

проблеми відтворення» (28-29 квітня 2017, м. Львів); «Соціально-економічний розвиток України: загрози та виклики в умовах трансформаційних змін» (29-30 квітня 2016, м. Одеса); «Економіка в контексті інноваційного розвитку» (12-13 лютого 2016, м. Ужгород); «Сучасні проблеми менеджменту» (28 жовтня 2016, Київ); 3nd International Scientific Conference «Modern problems of management: economics, education, health care and pharmacy» (19-21 November 2015, Opole, Poland); «Сучасні проблеми менеджменту» (23 жовтня 2015, Київ); «Економічні проблеми сталого розвитку» (27 травня 2015, м. Суми); «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (18 вересня 2015, м. Одеса); 17th International Scientific Conference «Economics for Ecology ISCS'2011» (Sumy, May 6-9, 2011), а також під час круглого столу «Виробничий менеджмент: історія і сьогодення» (29 листопада 2016, Київ).

Публікації. Результати дослідження опубліковані у 27 наукових працях, серед яких: 1 колективна монографія; 12 статей у фахових виданнях, (з них 10 у виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз); 2 статті у наукових виданнях інших держав (включених до міжнародних наукометричних баз); 11 публікацій у збірниках матеріалів конференцій; 1 стаття – в іншому виданні. Загальний обсяг публікацій становить 11,5 друк.арк.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи становить 271 сторінку друкованого тексту, містить 8 формул, 20 таблиць та 19 рисунків. Список використаних джерел налічує 220 найменувань (23 сторінки), 7 додатків розміщені на 31 сторінці.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

1.1. Еволюція відповідальності бізнесу як основа сучасної теорії корпоративної соціальної відповідальності

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) перетворилась на добре обґрунтований і бізнес-орієнтований підхід, націлений на вирішення проблем сталого розвитку. Світ бізнесу стає все більш свідомим щодо відповідальності у розв'язанні соціальних і екологічних проблем нашого часу. В останні десятиліття з'явилась значна кількість організацій, які працюють над поширенням ідеї соціальної відповідальності, і низка наукових концепцій, так чи інакше пов'язаних з ідеєю корпоративної соціальної відповідальності. Разом з цим, неможливо сказати, що існує єдине розуміння КСВ, так як існує безліч визначень і обґрунтувань у абсолютно різних галузях знань [172; 187; 194; 220]. Соціальна відповідальність бізнесу поєднує кілька напрямів наукових досліджень, зокрема, економічну теорію, політичні науки, менеджмент, соціологію та філософію.

З огляду на те, що в Україні, на відміну від більшості країн світу, відсутній механізм управління соціальною відповідальністю. У зв'язку із цим надзвичайно важливо дослідити процес та закономірності еволюційного розвитку соціальної відповідальності бізнесу на тлі соціально-економічних процесів національного рівня на прикладі європейських країн [62; 73].

Взаємовідносини між бізнесом та суспільством і розвиток на цій основі підприємницької відповідальності можна прослідкувати протягом багатьох століть. Це ускладнює пошук точки відліку для порівняння із сучасними теоріями і сприйняттям сутності та змісту КСВ. Разом з тим, глибокий історичний аналіз розвитку соціальної відповідальності бізнесу є важливим,

так як розширює розуміння предмету дискусії [215]. Згідно А.Матіс доцільно провести таке дослідження за період останніх 200 років, адже основні підходи у теорії і практиці КСВ сформувались саме протягом цього часу [200, с. 4]. За цей період сталися значні зміни у політичних і економічних реаліях, що суттєво вплинуло на баланс влади між основними складовими суспільства.

Переважаючим підходом до розуміння відповідальності бізнесу до середини 20 століття було зобов'язання створювати прибуток для своїх власників (ціна або спосіб одержання прибутку не мали жодного значення). Наприклад, А. Карр вважав, що бізнесова відповідальність полягає у створенні вигоди за будь-яку ціну [175]. Повна відсутність державного втручання у приватний сектор у період початку індустріальної революції була звичним явищем. Проте ще до початку 19 століття економічні, політичні і соціальні права найманих працівників залишались у зародковому стані, а вже з середини 19 століття під тиском суспільства відбувається поступовий розвиток прав і свобод найманого персоналу [86].

Перші приклади запровадження відповідальності бізнесу можна знайти ще у 18-19 ст. Наприклад, Quaker Lead Company будувала міста в Англії для своїх робітників, школи та бібліотеки для сімей [205], а New Lanark добровільно зменшила робочий день до 10,5 годин замість прийнятих 13 і 14, ввела медичне та пенсійне страхування, покращила будинки для працівників [207, с.34-45]. У Нідерландах підприємці Д. Гелдерман та В. Сторк створювали медичні фонди, фонди для вдів та сиріт, а Ж. ван Маркен платив своїм працівникам набагато більшу зарплату, ніж це було прийнято, відкривав дитсадки та школи, бібліотеки з читальними залами, кооперативні магазини, рекреаційні зали і навіть створив щотижневу газету саме для працівників своєї компанії [174]. Проте згадані вище приклади були поодинокими випадками. В Україні піонерами соціальної відповідальності і меценатства були родини Терещенків і Харитоненків.

На початку 19 ст. питання здоров'я, навколишнього середовища та освіти не були пріоритетними для суб'єктів підприємництва. У результаті безвідповідального ставлення власників підприємств до питань безпеки, здоров'я та соціального розвитку найманих працівників почали поступово виникати робітничі організації та партії, які набули особливої популярності у Німеччині. Процес запровадження соціальних законів розпочався на початку 19 ст., але був доволі повільним.

Ранні наукові версії бізнесових зобов'язань (щодо соціальних зобов'язань корпорацій, соціального аудиту, використання податків для зменшення забруднювальних викидів) з'являються тільки на початку 20 ст. Проте в цей період соціальній відповідальності бізнесу приділялось недостатньо уваги, і ставлення суспільства до цієї проблеми можна уособити у висловлюванні президента США К. Куліджа у 1920-ті рр. про те, що головним видом діяльності компаній є ведення бізнесу [91, с. 15].

Після завершення другої світової війни ідеї соціальної відповідальності почали активно розвиватись. Важливою публікацією у цьому напрямі була монографія Г. Боуена «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953), яка започаткувала не тільки появу наукової літератури з проблеми відповідальності бізнесу, але й окрему наукову школу [171].

КСВ як об'єкт наукових досліджень набула актуальності у 1960-х роках. Саме в цей період науковці почали чітко наголошувати, що відповідальність бізнесу є значно ширшою, ніж виконання законів і одержання прибутку. Зокрема, корпорації мають цікавитись політичними процесами, добробутом громади, задоволеністю найманих працівників та усього суспільства. Це закладає основи для розвитку таких течій у складі концепції КСВ як соціальна відповідність вимогам, бізнес-етика, теорія стейкхолдерів, які одержали розвиток впродовж наступних десятиліть.

У 1970-х роках відбулась подальша формалізація корпоративної соціальної відповідальності та підсилення її екологічної складової. У цей

період з'являються також розробки щодо застосування соціальних індикаторів у процесі визначення власниками бізнесу напряму соціальної активності (зменшення забруднень, умови найму та кар'єрного зростання, якість робочого життя, участь у розбудові міст), щодо захисту прав меншин і жінок, а вирішення екологічних питань виходить на принципово новий рівень.

У 1980-х рр. науковці почали все більше звертати увагу не тільки на КСВ, але й на такі речі як соціальна відповідність вимогам, бізнес-етика і теорія/менеджмент стейкхолдерів. У цей період низка науковців (Т. Джонс, Ф. Кочран, П. Дракер [47]) запропонували використовувати процесний підхід у дослідженнях КСВ, а також вивчали зв'язок між рівнем соціальної відповідальності фірми та її фінансовими результатами.

У цей час з'являються громадські та наукові організації, що займаються вченням, пропагандою і впровадженням принципів та інститутів КСВ: американська асоціація етики бізнесу (Society for Business Ethics), європейська асоціація етики бізнесу (European Business Ethics Net), всесвітнє суспільство етики бізнесу та економіки (International Society for Business Ethics and Economics), КСВ - Європа (The European business network for CSR).

В цей же період (1980-ті рр.) сталась низка серйозних екологічних катастроф, спричинених діяльністю бізнес-структур (аварія на хімічному заводі у Бхопалі, Індія, 1984; аварія на Чорнобильській АЕС, Україна, 1986; витік нафти з танкера Ексон Валдез біля берегів Аляски, США, 1989), що посилює роль екологічної складової у КСВ [157; 193].

У 1990-х рр. суттєво розширюються сфери практичного застосування теоретичних розробок, що сприяє появі таких напрямів як соціальна продуктивність та корпоративне громадянство. Основною причиною цієї активізації з 1990-х рр. стала глобалізація, яка полегшила мультинаціональним корпораціям доступ на усі національні ринки. Результатом стала поява низки міжнародних стандартів КСВ, розробка засад

національної політики у сфері КСВ у провідних країнах світу, включення питань КСВ у порядок денний міжнародних організацій, збільшення фінансування досліджень з питань КСВ за рахунок державних та недержавних джерел. Внаслідок посилення тиску громадськості щодо підвищення підприємницької відповідальності бізнес зайняв проактивну позицію: КСВ перетворилась на інструмент забезпечення підвищених суспільних очікувань і способ захисту корпоративної репутації і бренду.

Як результат, саме у 1990-х відбувається остаточна зміна концепції КСВ і формування її сучасного розуміння, яка виразилась у якщо у чіткій вимозі докорінної зміни бізнес-поведінки з метою покращення екологічного, економічного і соціального результату діяльності компанії. У 1995 р. провідні компанії країн Євросоюзу утворили так звану ініціативу Corporate Social Responsibility – Europe, що об'єднує сьогодні близько 50 великих корпорацій. У 2000 р. з ініціативи Генерального секретаря ООН Кофі Аннана був створений Глобальний пакт, який закликає об'єднати зусилля бізнесу та громадянського суспільства на підтримку принципів у галузі прав людини, трудових відносин і навколишнього середовища.

На початку 21 ст. найбільш дієвим чинником розвитку КСВ стала активізація боротьби окремих споживачів та їх об'єднань за свої права та етику ведення бізнесу.

В цей же час активна дискусія велась (і продовжується дотепер) щодо добровільного характеру КСВ. В результаті зусиль недержавних організацій та Європарламенту була розроблена рекомендація щодо обов'язкового звітування компаніями про ведення відповідального бізнесу за трьома складовими: соціальною, економічною та екологічною. В той же час Єврокомісія продовжує відстоювати свободу бізнесу у сфері запровадження КСВ і наполягає, що ця діяльність має проводитись з урахуванням таких принципів як: добровільність, прозорість, створення цінності, збалансування трьох складових КСВ, відповідність діючим міжнародним угодам та інструментам [199].

Також були здійснені також важливі ініціативи Європейського Союзу, зокрема документ Green Paper презентує сучасний погляд Єврокомісії щодо КСВ в Європі, закладає основу для концептуалізації КСВ на основі визнання трьох її важливих складових: люди (соціальні проблеми), планета (екологія) і прибуток (економіка). Також Єврокомісія дала чітке сучасне визначення змісту КСВ: «це концепція, у рамках якої компанія добровільно приймає рішення зробити свій внесок для покращення суспільства і очищення навколишнього середовища» [182, с.7]. Важливою рекомендацією Green Paper була інтеграція питань КСВ з нижчого у вищий рівень управління компаніями.

Форум мультистейкхолдерів щодо КСВ, який закінчився у 2004 р., слугував платформою для обміну досвідом найкращих практик і підкреслення головних проблем. Було встановлено загальний для ЄС підхід до КСВ і визначено сфери, які потребують додаткової уваги з боку європейських структур, прийнято Європейську хартію фундаментальних прав, яка чітко визначила важливі цінності ЄС.

Поглиблення інтересу до розвитку КСВ як дієвого інструменту забезпечення сталого розвитку у глобальному масштабі сприяло диверсифікації уявлень про засади і шляхи імплементації відповідальності бізнесу у практику діяльності підприємств [61]. Це, із свого боку, вплинуло на утворення двох неформальних груп міжнародних організацій, які визначають основні напрями розвитку КСВ у світі: 1) міжнародні організації, які діють у глобальному масштабі задля загального добробуту; 2) міжнародні громадські організації та бізнес-структури, які відстоюють захист інтересів приватного сектора (рис. 1.1).

ООН закріпило ідею соціально відповідального ведення бізнесу у формі Глобального договору (2000 р.), добровільної ініціативи, яка покликана залучати представників бізнесу до розвитку соціальної відповідальності і підтримки розв'язання глобальних проблем.

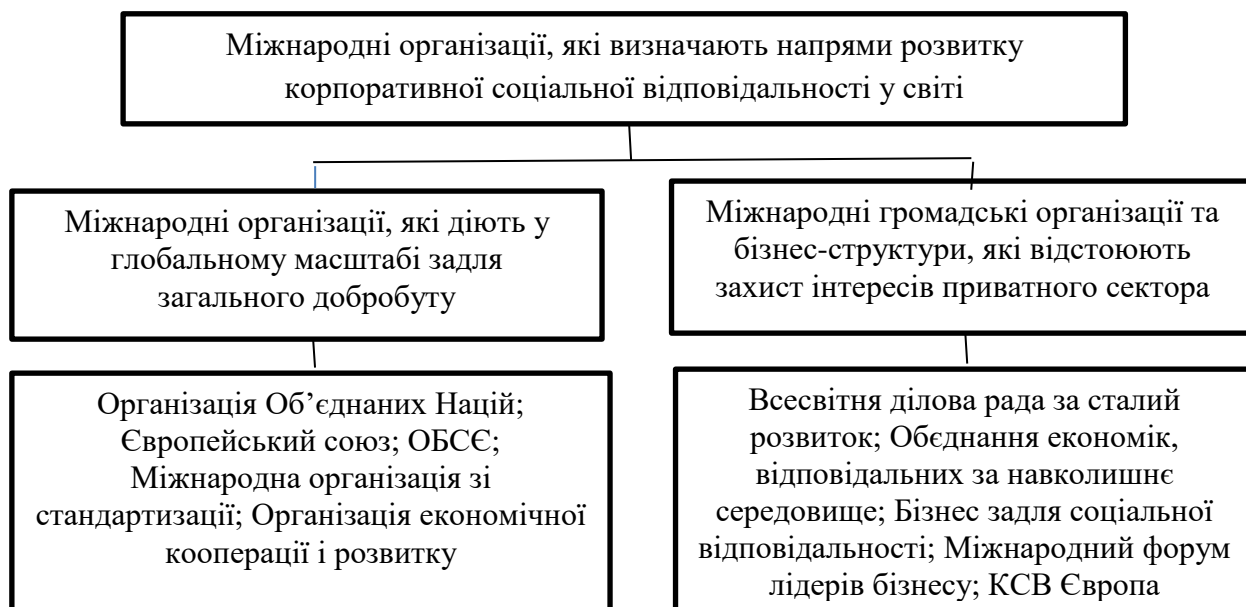


Рис. 1.1. Міжнародні організації, які визначають напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності у світі

Джерело: розроблено автором

В основі Глобального договору лежать 10 принципів у чотирьох основних сферах соціальної відповідальності (права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією) [29]: 1) бізнес повинен підтримувати та поважати підхід, який передбачає захист міжнародних прав людини в сфері його впливу; 2) бізнес не повинен бути залученим до порушень міжнародних прав людини; 3) бізнес має підтримувати свободу асоціації та визнавати права людини на переговорах про умови праці між підприємцями та урядом; 4) бізнес повинен підтримувати ліквідацію усіх форм примусової праці; 5) бізнес повинен підтримувати ефективну ліквідацію дитячої праці; 6) бізнес повинен підтримувати ліквідацію дискримінації щодо працевлаштування та зайнятості; 7) бізнес повинен підтримувати обережний підхід щодо захисту довкілля; 8) бізнес повинен вживати заходів на підтримку посилення екологічної відповідальності; 9) бізнес повинен заохочувати розвиток та

поширення екологічно безпечних технологій; 10) бізнес повинен протистояти усім формам корупції, включаючи вимагання і хабарництво.

Друга група організацій, яка впливає на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в глобальному масштабі, направляють свої зусилля на підтримку соціально відповідального бізнесу, інформаційне і консультаційне забезпечення сталого розвитку.

Початок 21 ст. засвідчив загальносвітову зацікавленість у розвитку соціальної відповідальності бізнесу і важливість забезпечення сталого розвитку, внаслідок чого відбувся запуск Ініціативи з глобальної звітності (GRI), Глобального договору ООН (UN Global Compact), OECD Рекомендація для мультинаціональних підприємств. Вважаємо, що усі європейські та загальносвітові ініціативи щодо формалізації і актуалізації корпоративної соціальної відповідальності свідчать, що відповідальна діяльність бізнесу не може ґрунтуватись на лише добровільних засадах, а потребує певного регулювання ззовні – як з боку окремих стейкхолдерів, так і держави. Це дасть можливість створити загальні умови для усіх учасників суспільних відносин і надати більше гарантій зацікавленим сторонам.

Контент-аналіз свідчить, що розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу знаходиться у тісному взаємозв'язку із соціальними, політичними та економічними процесами на рівні національних економік та у світовому масштабі. Значний вплив на формування концепції корпоративної соціальної відповідальності справляє також проблема забруднення навколишнього середовища, а також питання поводження з твердими побутовими відходами та забезпечення енергоефективного розвитку [71; 78; 85; 81]. Також на розвиток соціальної відповідальності бізнесу, її масштаби значний вплив справляє циклічність розвитку економіки [160], зміна ролі і місця людини та її праці в процесі становлення нової інформаційної економіки [161]. Під впливом цих та інших факторів сформувалась низка концепцій соціальної відповідальності, основними з яких є: базова концепція

корпоративної соціальної відповідальності, концепція обов'язків, концепція корпоративної соціальної сприйнятливості, концепція корпоративної соціальної діяльності, концепція корпоративної підзвітності, добровільна концепція, концепція проактивності. Усі зазначені концепції мають умовні часові рамки, так як продовжують розвиватись та інтегруватись із концепціями із суміжних галузей знань, внаслідок чого утворились такі важливі для подальшого розвитку соціальної відповідальності теорії як теорія зацікавлених сторін, теорія корпоративного громадянства, теорія корпоративної стійкості та інші, опрацювання яких науковцями триває [15].

Дослідження наукової літератури із проблем соціальної відповідальності бізнесу дозволяє зробити висновок, що ідея КСВ пройшла складний еволюційний шлях розвитку. Якщо на попередніх етапах розвитку соціальна відповідальність бізнесу сприймалась лише як відповідальність перед власниками і обов'язок працювати ефективно, створюючи прибуток, то у другій половині ХХ ст. сфера відповідальності бізнесу розширюється, з'являється розуміння того, що існує ціла низка зацікавлених сторін, перед якими організація має певні морально-етичні зобов'язання. На сучасному етапі розвитку КСВ виступає як відповідальність за створення сприятливого середовища діяльності [33]. Еволюційні зміни у розуміння суті КСВ та актуалізація в різні періоди певних соціальних або екологічних проблем сприяли появі окремих форм відповідальності бізнесу, що дозволяє визначити певні етапи еволюції досліджуваної концепції. В загальному вигляді еволюційні зміни у трактуванні КСВ та характерні особливості кожного етапу представлені у табл. 1.1.

Існують різні підходи до класифікації періодів розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Так, А.С. Коноваленко стверджує, що сприйняття суспільством соціальної відповідальності бізнесу за ХХ ст. у розвинених західних країнах пройшло три етапи: управління, спрямоване на максимізацію доходів (друга чверть ХХ ст.); управління, засноване на

патерналізмі (починаючи з 1930-х рр.); соціальне управління (починаючи з 1960-1970-х рр.). В той же час в Україні вчений виділяє п'ять основних етапів становлення етичних поглядів у ХХ ст.: традиційний капіталістичний (до 1917 р.); пряме державне регулювання (1920-ті рр.); період планової соціалістичної відповідальності (1930-1980-ті рр.); «дикий пострадянський капіталізм» (1990-ті рр.); період локального патерналізму (починаючи з 2000 р.) [89].

Таблиця 1.1

Еволюція КСВ та її змістового наповнення

Часовий період	Основний зміст корпоративної соціальної відповідальності та нововведення у сфері корпоративної соціальної відповідальності
Середина XIX – перша половина XX ст.	Відповідальність власника бізнесу як зобов'язання створювати прибуток і сплачувати податки. Меценатство і благодійність характерні для власників великих підприємств. На початку ХХ ст. з'являються окремі приклади турботи власників про підвищення безпеки робочих місць, ранні версії соціального захисту найманих працівників
50-ті рр. ХХ ст.	Поява перших наукових досліджень з питань КСВ. Розуміння соціальної відповідальності бізнесу як зобов'язання підприємця виконувати вимоги закону і одержувати прибуток.
60-ті рр. ХХ ст.	Розширення поняття КСВ, активізація наукових досліджень, розширення поняття соціальної відповідальності до зобов'язання відшкодувати нанесену навколишньому середовищу шкоду і вирішувати певні соціальні проблеми суспільства
70-ті рр. ХХ ст.	Формалізація КСВ, включення до змісту соціальної відповідальності зобов'язань брати участь у житті громади, піклуватись про якість робочого життя найманих працівників. Посилення екологічної відповідальності.
80-ті рр. ХХ ст.	Значне підсилення екологічної складової КСВ. Поширення практики співпраці бізнесу з урядом і місцевими органами влади.
90-ті рр. ХХ ст.	Нове розуміння КСВ на макрорівні, поява теорій корпоративного громадянства та соціальної продуктивності. КСВ стає інструментом політико-економічного регулювання на регіональному, національному та глобальному рівнях. Формування сучасного розуміння КСВ як стратегії бізнес-поведінки. Поява перших стандартів з КСВ.
З початку XXI ст.	Подальша формалізація КСВ, включення до змісту соціальної відповідальності зобов'язань перед споживачами. Поява глобальних ініціатив з КСВ, нових стандартів з КСВ та складання соціальних звітів. Утвердження сучасних засад бізнес етики та хороших ділових практик.

Джерело: складено автором

М.А. Саприкіна представляє періодизацію розвитку корпоративної соціальної відповідальності послідовністю наступних етапів [91]:

1) становлення (1920-1950 рр.), протягом якого соціальна відповідальність бізнесу з'являється, чітко формулюється і визнається суспільством не тільки як ідея, але й як економічна категорія;

2) поява нових, затребуваних рівнем суспільного розвитку тем у складі корпоративної соціальної відповідальності (1950-1970 рр.) – на цьому етапі відбувається поява цілої низки теорії і концепцій, які обґрунтовують різні проблемні питання соціальної відповідальності і напрями їх вирішення;

3) встановлення зв'язку між соціальною відповідальністю і сталим розвитком (1980-ті рр.), що було визнано на міжнародному рівні шляхом включення відповідних положень у документи ООН;

4) становлення корпоративної соціальної відповідальності як визнаної бізнес-практики (1990-ті рр.), що сприяє інтеграції цієї категорії у широкий перелік національних і міжнародних документів, поширенню досвіду імплементації КСВ у діяльність підприємств, появі ідеї потрійного критерію в оцінці КСВ та ідеї складання соціальних звітів;

5) інституалізація корпоративної соціальної відповідальності на національних рівнях, поява міжнародних стандартів (з 2000 р.), що, з одного боку, стало каталізатором розвитку корпоративної соціальної відповідальності в усьому світі, а, з іншого, призвело до посилення ролі держави та міжнародних організацій у регулюванні соціальної відповідальності підприємств.

Разом з тим, цікавим є підхід Н.А. Супрун, яка зазначає, що розвиток проблеми соціальної відповідальності бізнесу може бути представлений такими трьома етапами: 1) активне запровадження благодійницьких та меценатських ініціатив; 2) становлення стратегічної філантропії з метою профілактики соціальних проблем; 3) розвиток політики соціальних інвестицій на основі взаємодії приватного та суспільного секторів [149].

В цілому погоджуючись із підходом, запропонованим Грициною Л. А. щодо визначення п'яти етапів еволюції КСВ [33], вважаємо, що найбільш доцільно представити послідовний розвиток відповідальності бізнесу у вигляді таких семи етапів, який характерний як для розвинутих країн, так і для українських реалій:

- меценатство;
- благодійність;
- програми захисту найманих працівників;
- програми у сфері захисту навколишнього середовища;
- програми у сфері розвитку територіальних громад;
- використання корпоративної соціальної відповідальності як комплексного засобу формування позитивного іміджу компанії;
- інтеграція корпоративної соціальної відповідальності у стратегічний менеджмент компанії.

Таким чином, посилення тенденцій прагнень суспільства до регулювання корпоративної соціальної поведінки сприяло появі низки течій і теорій КСВ, еволюції розуміння соціальної відповідальності бізнесу, створенню міжнародних стандартів і різноманітних інструментів державного регулювання, були розроблені основи державної політики у сфері відповідальності бізнесу. Також підприємства почали використовувати КСВ як обов'язкову складову стратегічного управління, яка сприяє підвищенню ефективності бізнесу і сталому розвитку підприємства. У цілому соціальна відповідальність бізнесу є складною і багатоаспектною економічною категорією, яка сформувалась на основі історичних, релігійних, політичних, економічних, соціальних та екологічних передумов.

Якщо на ранніх етапах розвитку відповідальності бізнесу основними чинниками цього процесу були складнощі у пошуку і утриманні досвідчених працівників, необхідність пошуку важелів, які б мінімізували негативний вплив політичних й економічних суспільних збурень на життя компанії і

настрої робітників, релігійні мотиви, які зобов'язували власників наглядати за своїми робітниками і забезпечувати їх усіма необхідними базовими потребами, то в останні десятиліття на перший план виходять такі фактори як загострення екологічних проблем, глобалізація та активізація громадських рухів споживачів.

Соціалізація бізнесу стає об'єктивною закономірністю розвитку сучасної ринкової економіки, яка безпосередньо пов'язана з формуванням нової системи економічних відносин, де розв'язання соціальних проблем покладається не лише на державу, а й на бізнесові структури. Окрім цього, соціальні витрати бізнесу перетворюються на соціальні та економічні вигоди, які впливають з економічних, політичних, соціальних умов його функціонування. Отже, стоїть завдання визначити місце і роль КСВ у системі рушійних сил економіки та в механізмі реалізації суспільних та приватних інтересів, а також забезпеченні конкурентоспроможності бізнес-структур. Слід зазначити, що наразі компанії не можуть функціонувати як закриті системи і повинні реагувати на запити і очікування не лише своїх власників, а й враховувати інтереси інших суспільних груп, які не мають безпосереднього відношення до їх діяльності.

1.2. Концептуальні засади розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Підходи до трактування поняття корпоративної соціальної відповідальності мають значні відмінності, що викликані наявними розбіжностями у розумінні суті відповідальності бізнесу, принципів, які лежать у її основі, функцій та переліку необхідних складових. Корпоративна соціальна відповідальність до 2010 р. була концепцією, яка мала більше 80 різних дефініцій таких як корпоративне громадянство, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу, лінія потрібного критерію і т.д., що

впливало на абстрактне розуміння КСВ і неможливістю порівняння соціальної відповідальності однієї компанії з іншою [192]. У 2010 р. все ж було досягнуто спільної думки в трактуванні КСВ, коли було прийнято міжнародним керівництвом із соціальної відповідальності стандарт ISO 26000, в якому зазначалося, що соціальна відповідальність – це відповідальність компанії за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, враховує очікування заінтересованих сторін, відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки, інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах з іншими [104]. Цей стандарт охоплює відповідальність різних зацікавлених сторін, а в його розробці приймали участь як урядові так і недержавні організації, суб'єкти бізнесу, профспілки, організації захисту прав споживачів, дослідні інститути майже з 100 країн світу.

Вважається, що основоположником дискусії, що стосується соціальної відповідальності став Г. Боуен у своїй монографії «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953). На його думку, соціальна відповідальність бізнесу полягає у реалізації тієї політики, прийнятті таких рішень або проведенні такої лінії поведінки, які б були бажані з позиції цілей і цінностей суспільства [171]. Боуен Г. висвітив засади, рамки соціальної активності та визначив напрями розвитку феномену соціальної відповідальності.

Суттєвий внесок у формування базової концепції корпоративної соціальної відповідальності здійснив ще один американський учений К. Девіс. Йому належить, зокрема, опрацювання комплексного підходу щодо аналізу зовнішніх сил, які детермінують соціальну активність компаній [180]. Ф.Котлер визначає корпоративну соціальну відповідальність як зобов'язання бізнесу сприяти економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом

з метою покращення якості життя [94]. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі вважають, що соціальна відповідальність передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми з боку організації. Організація повинна спрямовувати частину своїх ресурсів і зусиль на користь місцевих громад в яких функціонують підприємство і його підрозділи, суспільство в цілому [105].

В той же час дещо протилежної думки притримувався М. Фрідман у своїй книзі «Капіталізм і свобода». Він зазначав, що у бізнесі існує лише одна соціальна відповідальність – використовувати свої ресурси і виконувати дії, що направлені на збільшення його прибутків до того часу, доки це відповідає правилам гри, тобто, приймати участь у відкритій і вільній конкуренції без обману і шахрайства [155]. Не можна в повній мірі погодитися з даним трактуванням, при якому основою соціальної відповідальності бізнесу – є лише збільшення прибутку, а от вплив на навколишнє середовище, соціальний вплив на найманий персонал, громаду та суспільство не враховується.

Окремі дослідники виділяють чотири концептуальних підходи до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності [12]:

- ринковий підхід;
- підхід з позиції державного регулювання;
- підхід з позиції „корпоративної совісті”;
- підхід з позицій „зацікавленої особи”.

Хоча ці підходи або моделі корпоративної соціальної відповідальності, як в теорії, так і на практиці, існували синхронно, в певних історичних умовах домінував один з них. В епоху виникнення і бурхливого розвитку корпорацій найбільш популярним був ринковий підхід. У періоди кризового стану економіки на перший план виходив підхід з позицій державного регулювання. У часи відносно стабільного зростання – підхід, що спирається на цінності „корпоративної совісті”. У періоди економічної і соціальної

трансформації (глобалізація, інформаційна революція), ускладнення ведення бізнесу, посилення конкуренції – підхід з позицій „зацікавленої особи” [123, с. 12]. Аналізуючи такі підходи, слід зазначити, що ринковий підхід та підхід з позиції «зацікавленої особи», на нашу думку, є тотожними і відображають схожі позиції щодо основ корпоративної соціальної відповідальності. Підхід з позиції „корпоративної совісті” теж більш характерний для ринкового підходу, хоча іноді може відображати і підхід з позиції державного регулювання. Тому варто окремі трактування сутності корпоративної соціальної відповідальності поділити на два підходи:

- ринковий підхід;
- підхід з позиції державного регулювання.

До першого підходу слід віднести наступні визначення соціальної відповідальності бізнесу.

Так, з точки зору О.Ю. Березіної, соціальна відповідальність – це соціально-економічний інститут, що функціонує як відкрита система, в рамках якої будується процес взаємодії корпорації та її стейкхолдерів, що сприяє скороченню трансакційних витрат, розв’язанню конфлікту інтересів та набуттю корпорацією стійких конкурентних переваг шляхом використання соціальних інвестицій, соціального партнерства, соціальної звітності, дивідендної політики та корпоративних комунікацій [13]. Дослідник Н.В. Водницька трактує соціальну відповідальність як добровільні соціальні зобов'язання, що визнаються такими суспільством та які бере на себе власник або уповноважений ним орган підприємства з метою задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін у межах економічної доцільності [21]. Згідно з дослідженнями І.В. Жиглей соціальна відповідальність визначає як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється задля задоволення інтересів всіх груп заінтересованих осіб на взаємовигідних умовах з метою досягнення економічних і соціальних результатів. Така діяльність повинна

відповідати таким принципам, як добровільність, відкритість, системність, значимість, недопущення конфліктів, взаємна моральна та матеріальна вигода [52]. Наприклад, О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. вважають, що КСВ включає: корпоративну етику; корпоративну соціальну політику стосовно суспільства; корпоративну політику у сфері охорони навколишнього середовища; принципи і підходи до корпоративного управління та корпоративної поведінки; питання дотримання прав людини (включаючи рівні можливості для жінок і чоловіків, осіб, які мають особливі соціальні потреби, для різних вікових груп) у відносинах з постачальниками, споживачами, персоналом [125, с.11]. Всі вищезазначені трактування соціальної відповідальності пов'язана із суспільними цінностями, а також відповідають певним принципам ведення бізнесу.

Дослідник О.В. Дудкін вважає, що поняття «соціальна відповідальність» повинна розглядатись не як характеристика підприємства, а як складна багатокомпонентна система принципів діяльності бізнес-організацій, процесів соціальної взаємодії, а також соціальних заходів та їх результатів, а для більш глибокого вивчення проблеми розвитку корпоративної соціальної відповідальності необхідно досліджувати передумови поширення цієї концепції у суспільстві, рівні її формування, основні напрями і способи закріплення, а також особливості окремих її національних моделей [48]. Окремі дослідники прагнуть до максимального спрощення поняття соціальної відповідальності бізнесу, наголошуючи на поєднанні юридичних і добровільно взятих на себе зобов'язань.

До підходу з позиції державного регулювання варто віднести позиції науковців, які вважають, що прерогативою в сутності корпоративної соціальної відповідальності є державне регулювання. Так, А.С. Коноваленко вважає, що соціальна відповідальність передбачає здійснення системи заходів як врегульованих державою (у межах дотримання законів), так і добровільних (за ініціативою суб'єкта). Основою соціальної відповідальності

є раціональне господарювання в процесі здійснення виробничої діяльності з урахуванням моральних цінностей суспільства на принципах відкритості і прозорості [89]. Такої думки притримуються більшість науковців [17; 37; 119; 141; 162].

Дослідник А.С. Коноваленко вважає, що сучасний підхід до КСВ передбачає вивчення таких її аспектів як соціальна стабільність та соціальна справедливість; теоретичне обґрунтування інституціоналізації благодійної діяльності; інституціональний підхід; форми, методи, проблеми, перспективи соціальної активності; особливості державної політики і очікування населення, що зумовлені національними, історичними та соціально-культурними передумовами [89].

Як зазначає М.А. Міненко, вищим рівнем прояву соціальної відповідальності бізнесу є: участь у благодійних акціях; здійснення заходів з охорони навколишнього природного середовища; взаємодія з органами державної влади і готовність надати допомогу в критичних ситуаціях; забезпечення виробництва високоякісної продукції; замовлення для виробництва власних товарів і послуг вітчизняної сировини; збільшення частки вітчизняної готової продукції при зниженні споживання сировини та енергоресурсів; відмова від участі у корумпованих діях; дотримання основних принципів соціальної відповідальності Міжнародної організації стандартизації, які відображено у стандарті ISO 26000:2010 [108]. Такий поділ на групи є умовним, оскільки всі трактування корпоративної соціальної відповідальності враховують як інтереси бізнесу, так і особливості державного регулювання соціальної відповідальності.

Динаміка і ступінь розвитку соціальної відповідальності підприємств визначаються як зовнішніми, так внутрішніми факторами організацій. У сукупності ці фактори складають комплексну систему мотивів корпоративної соціальної відповідальності, яка може бути поділена на такі групи: мотиви, що складають активну мотивацію (очікування переваг); мотиви, що

визначають реактивну мотивацію (запобігання ризикам); мотиви, що пов'язані з необхідністю виконання вже наявних законодавчих вимог та пристосування до знов утворених [48].

Орієнтація системи управління підприємством на вирішення соціальних проблем є основою підвищення ефективності взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем і передбачає: імперативність принципів соціально відповідального управління, орієнтацію на домінування просвітницько-освітньої складової у політиці соціального розвитку підприємства; забезпечення гідної оплати праці персоналу і безпечних умов праці; ефективність системи стимулювання оплати праці; ефективне управління соціальними витратами підприємства; забезпечення робочих місць; підвищення продуктивності праці персоналу; розвиток соціального та екологічного інвестування; налагодження та розвиток соціального діалогу з органами державної влади, місцевими громадами та іншими заінтересованими сторонами [140].

Вагома роль корпоративної соціальної відповідальності у забезпеченні розвитку підприємств, громад, територій визначається виконуваними нею функціями: ціннісна (аксіологічна), мотиваційна, економічна, соціальна, комунікативна, функція формування репутації та іміджу, інформаційна [160].

Існують різні підходи до трактування принципів корпоративної соціальної відповідальності. Так, Л.А. Грицина визначає наступні принципи соціальної відповідальності: 1) розмежування двох типів діяльності підприємства (перший тип діяльності визначається вимогами чинного законодавства, а до другого типу відноситься діяльність, що їх перевищує); 2) добровільний характер другого типу діяльності; 3) необхідність врахування інтересів зацікавлених сторін; 4) комплексність та різноспрямованість подібної діяльності [33]. Дослідник Н.О. Сіменко визначає наступні базові принципи соціальної відповідальності: соціальної орієнтованості політики підприємства, законності та правової забезпеченості, соціально

відповідальної поведінки, прийнятного підбору і розстановки кадрів відповідно до розроблених на підприємстві моделей компетенцій для різних категорій посад, матеріального і морального стимулювання праці персоналу, відповідальності, розвитку корпоративної культури, філантропії [140].

Завжди розвиток корпоративної соціальної відповідальності має відбуватись на основі принципів, які визначають пріоритети у розв'язанні важливих проблем діяльності організації. До таких принципів відносять: по-перше, підвищення ефективності діяльності корпорації, який можна віднести до сфери корпоративної соціальної відповідальності; по-друге, принцип визначення стейкхолдерів, або груп впливу, тобто головних суб'єктів, на яких поширюватиметься діяльність корпорації, включаючи так звану велику п'ятірку у складі акціонерів, працівників корпорації, постачальників, споживачів, а також територіальні співтовариства, у рамках яких здійснюється корпоративна діяльність [100]. Відповідно до М.А. Міненко, основними принципами соціальної відповідальності є: виконання правових норм і актів міжнародного рівня; визнання інтересів своїх партнерів; відповідальність перед контрагентами; прозорість; сталий розвиток; етична поведінка; упереджувальний підхід у випадках очевидного ризику завдати шкоди; повага до фундаментальних прав людини та особистості [108]. Як свідчать дослідження, в основу поняття корпоративна соціальна відповідальність покладні різні принципи, основні з яких відображені саме в міжнародному стандарті ISO 26000:2010. Тому і переважна більшість наукових дискусій з нього приводу саме зводяться до цих класичних принципів.

Науковці зазначають, що найбільш доцільно проводити дослідження корпоративної соціальної відповідальності з таких позицій: по-перше, інструментальних, коли корпорація розглядається як інструмент для створення багатства, а соціальний імператив спрямований на досягнення економічного результату; по-друге, політичних, при яких корпорація є

інструментом впливу на суспільство й формування концепції корпоративного громадянства; по-третє, соціальних вимог, згідно з якими корпорація має зосереджувати свою діяльність на вирішенні соціальних проблем суспільства, підвищуючи тим самим свій рейтинг; по-четверте, з етичної позиції, в основі якої лежить ідея етичних обов'язків бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством. Інтегральний ефект від комбінування даних підходів знаходить своє вираження, на думку Л.В.Левківської, у побудові трьохрівневої моделі корпоративної соціальної відповідальності: 1 рівень – соціальна відповідальність як соціальне зобов'язання, 2 рівень – соціальна відповідальність як соціальні норми та очікування, 3 рівень – соціальна відповідальність як соціальна чутливість [100]. В цілому поділяючи даний підхід ми вважаємо, що дана модель не у достатній мірі враховує той тиск, який чинять на організацію стейкхолдери різних груп, змушуючи організацію змінювати свою поведінку. У зв'язку із цим пропонуємо для опису процесу розвитку корпоративної соціальної відповідальності використовувати чотирирівневу модель, яка чітко демонструє еволюцію від нав'язаного зовні зобов'язання до добровільно прийнятого рішення на основі етичних норм і ціннісної орієнтації організації (рис. 1.2).

Відповідно до запропонованої моделі розвиток корпоративної відповідальності передбачає поступовий перехід від виконання суто юридичних зобов'язань, чітко регламентованих міжнародним та національним правом або рішеннями місцевих органів влади і самоврядування до добровільної превентивної діяльності. Так, на першому рівні корпоративна соціальна відповідальність виступає як соціальне зобов'язання перед суспільством дотримуватись правових норм (виступаючи для зацікавлених сторін надійним партнером) і вести ефективну економічну діяльність (що буде створювати умови для виконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед стейкхолдерами і визначати його статус надійного партнера) [74].

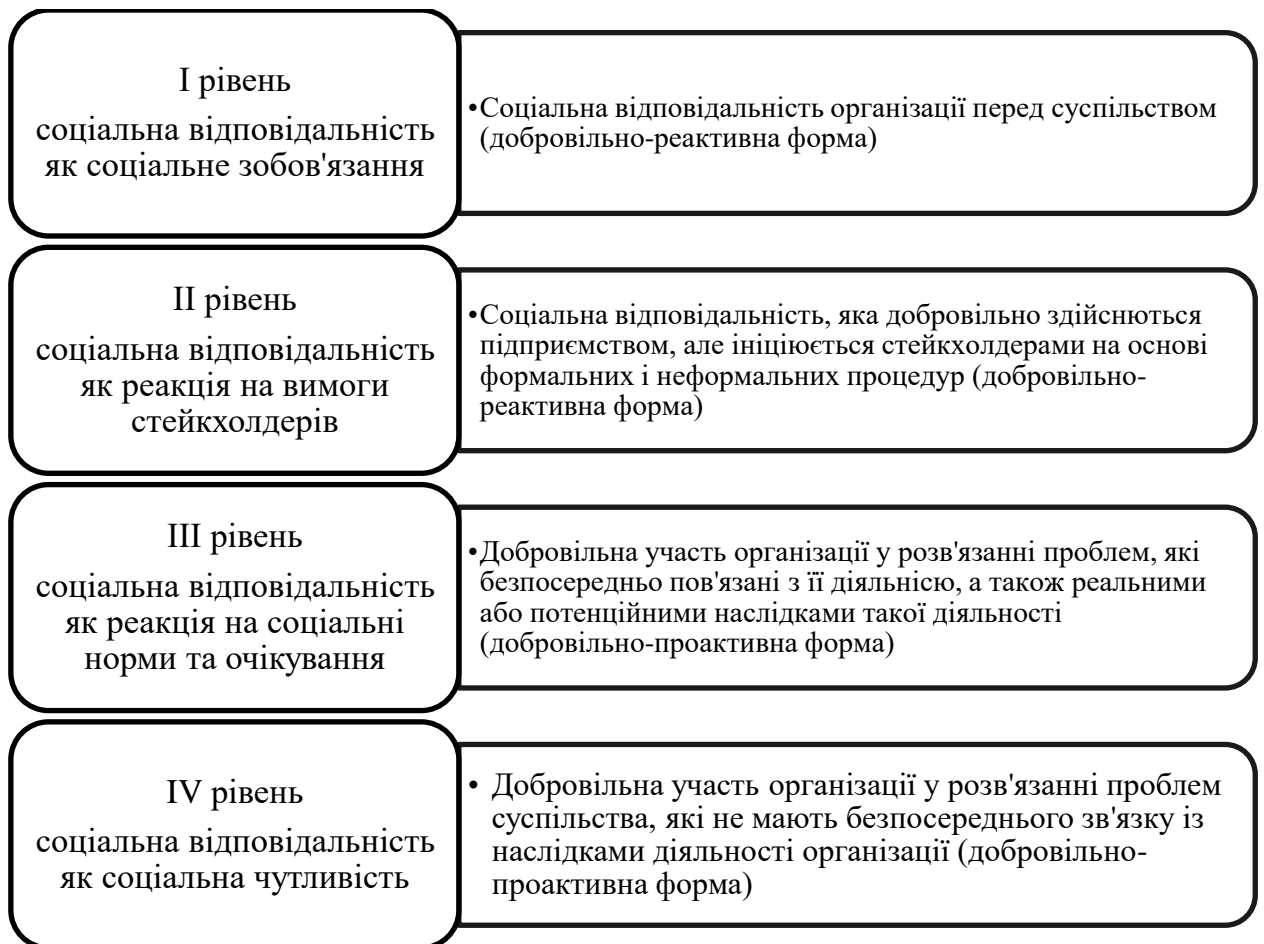


Рис. 1.2. Чотирирівнева модель розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: доповнено автором на основі [100]

На другому рівні корпоративна соціальна відповідальність виступає як необхідна норма, дотримання якої дає підприємству можливість доступу до певних ринків, співпраці з певними ринковими контрагентами, створює початкові умови для формування позитивного іміджу компанії у суспільстві. На другому рівні соціальна відповідальність виступає, по суті, реакцією організації на вимоги різних груп стейкхолдерів. Цей рівень передбачає прийняття підприємством добровільного рішення впровадження соціальної відповідальності у діяльність компанії, але навколишнє середовище прямого

впливу чинить на підприємство значний тиск, вимагаючи від його прийняти на себе певні додаткові добровільні зобов'язання. Тиск зовнішнього середовища проявляється через відмову в укладанні угод купівлі-продажу, обмеженні доступу на ринки збуту, проведення акцій протесту, бойкотування товарів, що, в кінцевому випадку, змушує підприємство відреагувати на вимоги зацікавлених сторін і прийняти на себе певний обсяг соціальної відповідальності.

На третьому рівні соціальна відповідальність утворюється у вигляді позитивних реакцій організації на соціальні очікування. На цьому рівні основна увага зосереджується на добровільній ініціативі підприємства брати участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем внутрішнього характеру або у масштабах регіону, держави, світу. Третій рівень передбачає, що підприємство обирає один або декілька напрямів соціально відповідальної діяльності, прямо, опосередковано пов'язаних або взагалі не пов'язаних з бізнесом організації, і на добровільній основі здійснює певні ініціативи понад обсяг, який був необхідним і обов'язковим на I та II рівнях. Третій рівень соціальної відповідальності передбачає, що організація чітко усвідомлює прямі та опосередковані наслідки своєї діяльності (реальні або потенційні) для суспільства і зовнішнього середовища та робить все можливе, щоб їх мінімізувати.

На четвертому рівні соціальна відповідальність визначається як соціальна емпатія. На цьому рівні соціальна відповідальність реалізується через добровільну участь організації у розв'язанні проблем у соціальній, екологічній та економічній сферах суспільства, які не мають безпосереднього зв'язку із наслідками діяльності підприємства.

Наприкінці 1970-х рр. А. Керролл визначив чотири типи соціальної відповідальності організації: економічну, правову, етичну і так звану дискреційну (філантропічну). Дискреційну відповідальність А. Керролл пов'язує зі сферою, в якій суспільство ще не сформувало чітких очікувань, і

вона є такою за змістом, що передбачає індивідуальний добровільний вибір менеджера [176]. Слід зазначити, що такий підхід став основою для подальших досліджень у визначенні як типів соціальної відповідальності, так і її складових.

Існують різні підходи до того, які складові включає корпоративна соціальна відповідальність. Одні дослідники вважають, що основними складовими корпоративної соціальної відповідальності є – організаційне управління, дотримання прав людини, регулювання трудових відносин, захист навколишнього середовища і прав споживачів, чесна операційна діяльність та розвиток місцевих громад [91, с. 25]. У практичному аспекті у складі корпоративної соціальної відповідальності прийнято виділяти внутрішню та зовнішню складову. Так, Європейська Комісія до складу зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності відносить такі напрями: співпраця з місцевими громадами; взаємини з бізнес-партнерами, постачальниками і споживачами; дотримання прав людини в бізнес-діяльності; глобальні екологічні проблеми; а до внутрішніх: управління людськими ресурсами; охорона здоров'я та безпека праці; адаптація до змін; управління впливами на довкілля та використання природних ресурсів [177].

Найбільш широкого розповсюдження набув підхід, згідно з яким соціальна відповідальність включає у себе три складових – економічну (відповідальність за економічні результати своєї діяльності та вплив на економічні результати стейкхолдерів), екологічну (відповідальність за вплив господарської діяльності на стан навколишнього середовища і якість життя стейкхолдерів у цьому середовищі) та власне соціальну (відповідальність за вирішення соціальних проблем, які виникають внаслідок господарської діяльності компанії або певним чином пов'язані з нею), авторське бачення внутрішнього змісту яких представлено на рис. 1.3.

Економічна відповідальність ґрунтується на концепції справедливості, яка передбачає, що створені в результаті господарської діяльності блага

повинні бути справедливо розподілені між учасниками економічних відносин, і усі рішення будуть прийматись з врахуванням вимог чесності, справедливості і відкритості. Економічна відповідальність передбачає провадження чесних підприємницьких практик: встановлення справедливих цін; не зловживання монопольним становищем; відмова від нечесних методів цінової і нецінової конкуренції; виплата справедливої винагороди найманим працівникам; проведення своєчасних і повних розрахунків з контрагентами; прозорість діяльності; своєчасне розкриття інформації, яка не становить комерційної таємниці і є предметом зацікавлення для стейкхолдерів; розвиток відповідальності у ланцюгах постачань; відмова від використання корупційних схем та ін.



Рис. 1.3. Корпоративна соціальна відповідальність та зміст її складових

Джерело: розроблено автором

Екологічна відповідальність як феномен виникла як відповідь на загострення екологічних проблем, спричинюваних техногенним навантаженням на навколишнє середовище, і пов'язана із формуванням ноосферо-екологічної культури у суспільстві як розуміння того, що подальший розвиток стає неможливим без формування культури відповідальності як необхідної передумови гармонізації соціо-еколого-економічних відносин і стійкого еколого-безпечного розвитку людства. Подальший розвиток екологічної відповідальності можливий за такими напрямками: (а) екологічне обмеження підприємницької діяльності; (б) екологічно орієнтована підприємницька діяльність; (в) безпосередньо екологічне підприємництво [58]. В останні десятиліття екологічна складова соціальної відповідальності бізнесу розвивається найбільш динамічно, що пов'язано із наявністю значної підтримки з боку міжнародних організацій, національних урядів і місцевих громад, а також високим рівнем затребуваності екологічно спрямованих рішень у суспільстві в цілому. У зв'язку із цим з'являються такі поняття як «зелена економіка», «зелений офіс», «екологічні ініціативи», «екологічне підприємництво», які характеризують певні рівнозначні напрями реалізації екологічної відповідальності.

Під екологічною відповідальністю бізнесу розуміють дії, які приносять користь навколишньому середовищу (або зменшують негативний вплив бізнесу на навколишнє середовище), і виходять за рамки того, що компанії зобов'язані робити за законом [196]. Екологічна відповідальність бізнесу включає зобов'язання осіб, що приймають рішення, запроваджувати дії, спрямовані на захист і поліпшення стану навколишнього середовища в цілому, і які також відповідають їх власним інтересам [179].

Дослідник Л.В. Іванченкова вважає, що розвитку екологічного підприємництва в Україні можуть сприяти наступні чинники (які, на нашу думку, можуть бути застосовані також для визначення напрямів розвитку

екологічної відповідальності компанії) [58]:

- надання різноманітних послуг (маркетингових, посередницьких, страхових, фінансових, правових, консалтингових та ін.) в сфері природоохоронної діяльності;
- формування та функціонування ринку екологічного устаткування;
- сертифікація процесів, технологій, устаткування, матеріалів, сировини за екологічними параметрами;
- екологічна експертиза, екологічна паспортизація, еколого-економічний аудит;
- роботи і послуги з переробки відходів, рекультивації, відновлення, проведення інших природоохоронних і оздоровчих заходів;
- інформаційно-консультаційне забезпечення в сфері охорони навколишнього середовища і природокористування; екологічне навчання, перепідготовки кадрів, підвищення кваліфікації тощо.

Важливим мотивуючим фактором розвитку корпоративної соціальної відповідальності виступає процес глобалізації, який сприяє встановленню справедливих трудових відносин у ланцюгах поставок, забезпеченню прав людини на міжнародному і національному рівні. Крім того, власники підприємств все більше починають розуміти, що мотивована робоча сила є основою успішного бізнесу, тому усі підприємства, які дотримуються принципів сталого розвитку, створюють достойні робочі місця і сприятливі умови для розвитку персоналу. З'явилась тенденція серед підприємств не тільки самому демонструвати соціальну відповідальність у бізнесі, але й встановлювати ділові відносини виключно із соціально відповідальними партнерами. Така практика, крім морально-етичних аспектів, також сприяє покращанню іміджу підприємств і підвищенню їх стійкості в умовах фінансової кризи. Порівняльні дослідження щодо ефективності роботи підприємств, які здійснюють і не здійснюють соціально-відповідальну діяльність свідчать на користь перших. Так, згідно десятирічних досліджень

Дж. Вейзера та С. Задека, які були оприлюднені у 2000 р., соціально відповідальні підприємства мали кращі показники прибутку на інвестований капітал на 9,8%, доходу з продажу – на 2,79% та прибутку – на 63,5% [52].

Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність системи управління може бути оцінений не тільки з точки зору величини соціального ефекту для самого підприємства та суспільства в цілому, але й з позиції утворення економічного ефекту, який буде проявлятися у зростанні показників діяльності підприємства у сферах маркетингу, фінансів, ризик-менеджменту, управління в цілому та проявлятися на мікрорівні у створенні позитивного бренду та іміджу, покращенні фінансових показників, зниженні операційних ризиків, розвитку інновацій та зростанні продуктивності праці, а на макрорівні – у створенні стабільного бізнес-середовища [164].

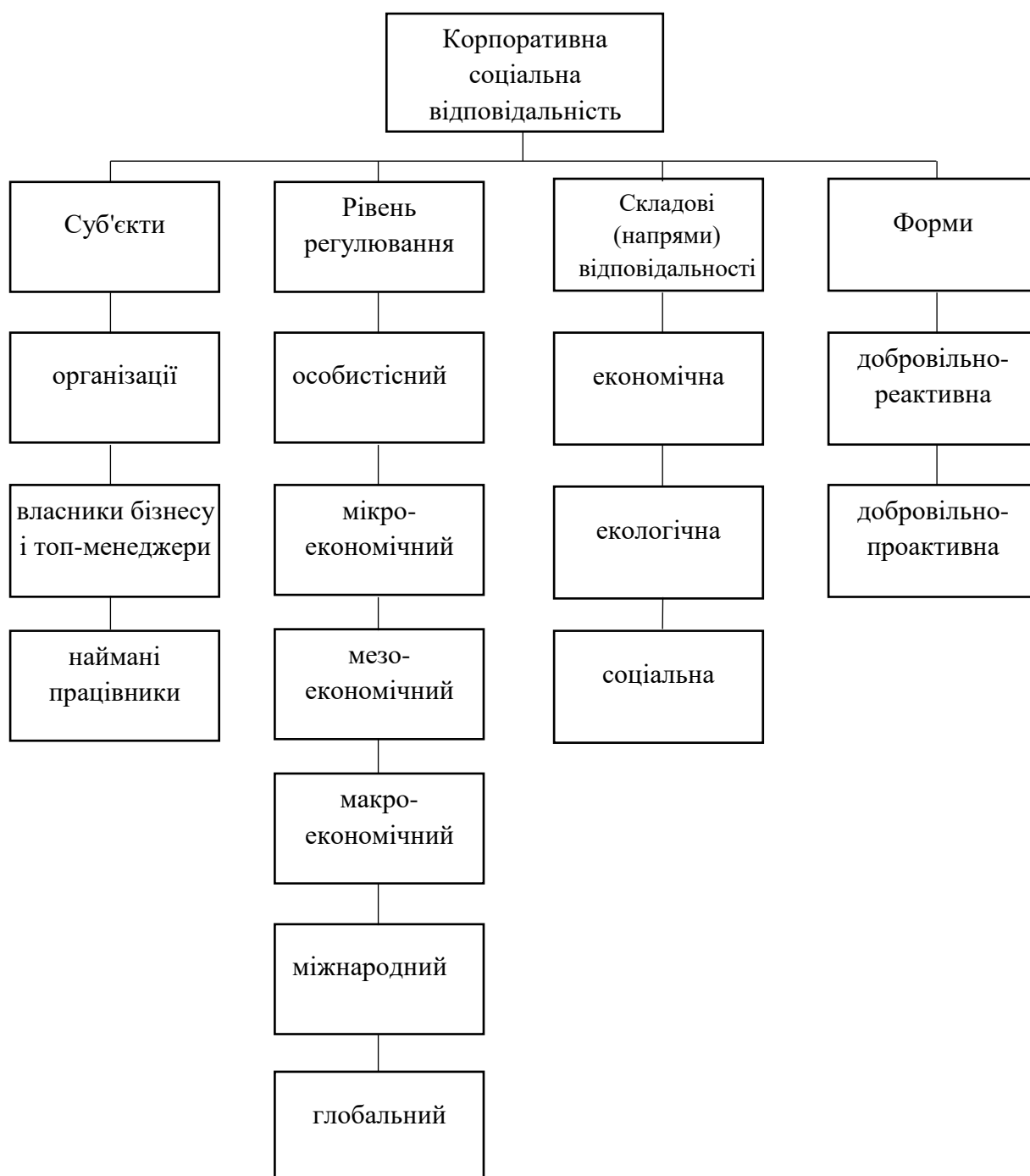
За даними досліджень, існує щільна кореляція між рівнем ефективності діяльності підприємства та впровадженням соціальної відповідальності як частини стратегії, зокрема, соціально-відповідальні підприємства в середньому мають економію 40% витрат на просування своїх товарів на ринку [103]. Тому особливо важливого значення соціально-відповідальний бізнес набуває як фактор зростання інвестиційної привабливості підприємства із посиленням процесів глобалізації. Безперечно, проекти підприємства у сфері соціальної відповідальності потребують додаткових операційних витрат, але у довгостроковому періоді підвищують рівень конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства.

Складність процесу інституціоналізації корпоративної соціальної відповідальності спричинює відсутність єдиної точки зору на способи ефективного проведення цього процесу. Для вирішення цієї проблеми науковцями пропонуються різні шляхи, проте не всі з них є, на нашу думку, достатньо обґрунтованими. Наприклад, О.В. Дудкіним запропоновано формування інституту «позитивної соціальної відповідальності», основними характеристиками якого є домінування позитивних методів мотивації,

самостійний вибір обсягу соціальних зобов'язань, поступовий перехід від моральної відповідальності до юридичної, спрямованість на досягнення ефективних результатів соціальної відповідальності, проактивний характер соціальних заходів. Значні сумніви у даній тезі та інших роботах вченого викликають пропозиції щодо впровадження процедури переходу від суто моральної до юридично оформленої відповідальності [48]. Такий підхід, на нашу думку, суперечить принципу добровільності інституту соціальної відповідальності і знижує самостійність та ініціативність підприємств у провадженні такого виду діяльності. Крім того, перехід до юридично оформленої відповідальності не сприятиме проактивному характеру соціальних заходів.

На думку О.Ю. Березіної, інститут соціальної відповідальності може бути описаний з позиції теорії стейкхолдерів, інституційної та управлінської парадигм, і представлений формальними нормами соціальної відповідальності (вищого рівня – норми чинного законодавства, що визначають обов'язкову частину соціальної відповідальності; середнього рівня – статут, внутрішньо корпоративні кодекси, положення, колективний договір, та низового рівня – індивідуальні трудові договори та контракти про найм); неформальними нормами (корпоративні цінності; традиції меценатства та філантропії, культурна спадщина; ментальні стереотипи); інституціями, що підтримують СВК на ендогенному (нано- й мікро-) та екзогенному (мезо- макро- та мета-) рівні [13]. Інститут соціальної відповідальності формується під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, знаходиться у тісній динамічній взаємодії з ними (рис. 1.4).

Наявність тісної взаємодії між інститутом корпоративної соціальної відповідальності і зовнішнім середовищем вказує на те, що ця категорія може бути належним чином розкрита лише в контексті регіонального, національного та глобального розвитку як основа розв'язання соціальних, економічних та екологічних проблем різних рівнів.



*Рис. 1.4. Характеристики корпоративної соціальної відповідальності
Джерело: складено автором на основі [89]*

У зв'язку із цим ми поділяємо думку дослідника Л.В. Левківської щодо взаємозв'язку розвитку регіону із сталим розвитком корпорацій і, продовжуючи її, пропонуємо розглядати корпоративну соціальну відповідальність у широкому сенсі як процес управління, що забезпечує

розвиток регіону або країни в цілому через сталість суб'єктів господарювання та у більш звуженому значенні як добровільний внесок корпорації у сталий розвиток суспільства, пов'язаний безпосередньо з її основною діяльністю та спрямований на задоволення очікувань зацікавлених сторін [100]. У цьому сенсі корпоративна соціальна відповідальність знаходиться під впливом цілої низки інституцій зовнішнього середовища, основними з яких є норми права, державне регулювання, норми та тиск суспільства, міжнародні та державні стандарти, галузеві норми і правила.

Інституційні порядки і правила, втілені у економічних інститутах (таких як державні і місцеві органи влади, освітні установи, громадські організації, міжнародні організації, засоби масової інформації, організації різних форм власності і підпорядкування, галузеві і професійні асоціації та інші) суттєво впливають не тільки на прийняття компанією рішення про здійснення соціально відповідальної діяльності, але й на вибір форм та рівня інтенсивності такої діяльності. Більшість економічних інститутів, які впливають на прийняття організацією рішення щодо корпоративної соціальної відповідальності є її стейкхолдерами.

Значний вплив на розвиток соціальної відповідальності бізнесу справляє також внутрішнє середовища підприємства: корпоративні цілі, цінності, принципи, культура, етика, фундамент розвитку інших складових внутрішнього середовища (матеріальних, фінансових, людських, технологічних та інформаційних ресурсів). Важливими аспектами розвитку корпоративної соціальної відповідальності у цьому сенсі є формування корпоративної культури, корпоративної людини, забезпечення репутації корпорації і її довгострокового сталого розвитку, врахування інтересів усіх стейкхолдерів, у тому числі внутрішніх [54; 100].

Багатоаспектність соціальної відповідальності бізнесу як суспільного інституту створює умови для диверсифікації напрямів його впровадження у діяльність підприємств. Зокрема, дослідник І.М.Царик виділяє такі

науково-практичні підходи до реалізації корпоративної соціальної відповідальності [160]:

- 1) неприйняття концепції соціальної відповідальності бізнесу та відданість неоліберальній системі цінностей;
- 2) декларативний підхід, що на практиці близький до неприйняття та полягає в ігноруванні її принципів або здійсненні мінімальних соціальних витрат;
- 3) комерційний підхід, при якому зосереджується увага лише на комерційних аспектах соціальної відповідальності та перетворення її самої на бізнес;
- 4) альтруїстичний підхід, який пов'язаний переважно з реалізацією різноманітних благодійних та спонсорських програм, що не піддаються широкому розголосу;
- 5) комплексний підхід, який передбачає поєднання комерційних та морально-ціннісних аспектів соціальної активності підприємництва.

Динамічний характер і спрямування цінностей, що панують у суспільстві і визначають систему цінностей окремого індивіда, соціуму в цілому, державних інституцій, органів влади і місцевого самоврядування, є основою соціальної відповідальності і детермінантою її особливостей на державному рівні, що призводить до використання тих чи інших національних моделей.

Слід зазначити, що сучасні світові тенденції у сфері корпоративної соціальної відповідальності у найближчі роки будуть акцентувати увагу не тільки добровільному її характері, але й розвиватимуться у напрямі розширення тісної взаємодії підприємств з органами влади і місцевого самоврядування у процесі визначення параметрів, способів і напрямів соціально-відповідальної діяльності організацій. Тобто держава поступово буде відходити від ролі основного ініціатора підвищення соціальної відповідальності бізнесу і практики її прямого регулювання, а підприємства

свідомо займають активну позицію щодо розширення відповідальності підприємницької діяльності.

У зв'язку із викладеним вище вважаємо, що визначення корпоративної соціальної відповідальності має відображати аспект таких партнерських відносин з державою, адже це визначає порядок і зміст основних процедур та процесів у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Пропонуємо викласти визначення корпоративної соціальної відповідальності у такій редакції, взявши за основу положення, закріплені у стандарті ISO 26000. Отже, корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність бізнес-структури за вплив її рішень, дій та їх наслідків на суспільство в цілому, соціальні групи, навколишнє середовище, яке враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає міжнародним нормам етики ведення бізнесу та чинному законодавству; передбачає збалансування економічних, екологічних і соціальних параметрів діяльності організації з метою забезпечення її сталого розвитку; інтегрована у стратегічну і операційну діяльність бізнес-структур; формується на основі встановлення партнерського регулювання відносин з державною та місцевою владою.

Узагальнення результатів досліджень вітчизняних науковців дозволяє зробити висновок, що розвиток корпоративної соціальної відповідальності передбачає здійснення таких напрямів діяльності підприємства: організаційний розвиток, забезпечення прав людини, впровадження успішних трудових практик, охорона навколишнього середовища та зменшення техногенного навантаження на нього, здійснення добросовісних бізнес-практик щодо партнерів і споживачів, соціальний розвиток персоналу підприємства, громади, території або держави в цілому, діяльність на благо суспільства [91; 108; 154]. Тому, виходячи із попередніх трактувань, слід зазначити, що соціальна відповідальність має реалізовуватися за наступними напрямками:

- відповідальність по відношенню до партнерів;

- відповідальність по відношенню до споживачів;
- відповідальність по відношенню до найманих працівників;
- відповідальність по відношенню до суспільства в цілому та конкретних громад;
- екологічна відповідальність.

Отже, складність і багатоаспектність корпоративної соціальної відповідальності сприяла появі значної кількості трактувань цієї економічної категорії, а також формуванню різноманітних підходів до розуміння її функцій, принципів, напрямів та рівнів здійснення.

1.3. Теоретичні та методичні засади формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю

Приватний сектор поступово стає активним учасником розв'язання екологічних і соціальних проблем. Адміністративні і контролюючі механізми, які запроваджуються органами державної влади за принципом згори-донизу доповнюються новими моделями спільного регулювання та саморегулювання. Готовність до участі у таких м'яких регуляторних механізмах вимагає від бізнесу розуміння того, що пасивна позиція буде перешкоджати налагодженню партнерських відносин із владою в процесі прийняття спільних рішень. Більше того, ініціативність приватного сектора у цій справі виконує подвійну функцію: по-перше, активна позиція бізнес-структур у вигляді запровадження спільного регулювання або саморегулювання є запорукою успішного маркетингу та зв'язків з громадськістю, створює умови захисту репутації бренду; по-друге, активна політика гарантує у значній мірі, що влада надалі не буде запроваджувати пряме регулювання. Ці дві причини запровадження корпоративної соціальної

відповідальності мають оборонний характер. Проте існують ще позитивні чинники імплементації корпоративної соціальної відповідальності, які включають: зниження витрат та нефінансових ризиків; покращення довгострокової прибутковості; зростання ринкової вартості і конкурентоспроможності підприємства; збільшення рівня прозорості і відповідальності менеджменту та чутливості до соціальних очікувань [107; 156]. Усі перераховані вище причини розвитку корпоративної соціальної відповідальності є важливими не тільки для бізнесу, але й для держави в цілому, адже створюють умови для вирішення певних суспільних та екологічних проблем на мезо- та макрорівні. Тому в останні десятиліття прослідковується чітка тенденція підвищення зацікавленості держави щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності у багатьох країнах світу та формування відповідного механізму регулювання цих процесів [69].

Механізми управління корпоративною соціальною відповідальністю формувалися під впливом значної кількості чинників, а також мали різні об'єкти управління. Однак закони і методи, які використовувалися при розробці механізмів, були однаковими. У економічній енциклопедії представлено таке його трактування: механізм – це 1) система, пристрій, спосіб, що визначають порядок певного виду діяльності; 2) внутрішній пристрій машини, устаткування тощо – система певних ланок, елементів, що приводить їх у дію [50]. Механізм – це послідовність станів процесів, які визначають собою які-небудь дії, явища; система, пристрій, який визначає порядок якого-небудь виду діяльності [1, с.401]. Сам механізм, як категорія, є засобом, що забезпечує поступальний розвиток об'єкта, на який спрямовано рушійну силу чинників зовнішнього середовища. Його структура та зміст зазнають змін у процесі розвитку суспільного виробництва [5; 118]. Окремі науковці поняття «механізм» застосовують у переносному значенні і трактують як систему, що визначає порядок якого-небудь виду діяльності [115]. При використанні поняття «механізм» щодо управління

передбачається створення такої системи, яка забезпечить постійний управлінський вплив, спрямований на отримання певних результатів діяльності. Розглядає механізм як систему і російський вчений В. Мухін. Вчений вважає, що управління – це процес, а система управління – механізм, який забезпечує цей процес [113].

Достатню увагу в економічній літературі присвячено трактуванням сутності «механізм управління» та «економічний механізм управління». Автори «Фінансово-економічного словника» розглядають сутність поняття «економічний механізм» як сукупність взаємозалежних важелів і методів впливу на виробництво, обмін, розподіл і споживання продуктів [53]. Так Ю. Лисенко і П. Єгоров під організаційно-економічним механізмом розуміють як систему формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [101].

Е. Коротков визначив механізм управління як сукупність мотивів трудової активності персоналу, які визначають як саму можливість, так і ефективність управління, та від яких залежить сприйняття впливу. Пізніше він зробив доповнення до свого визначення, в якому зазначив, що в поняття механізму управління необхідно також включити інтереси людини, її цінності, соціально-психологічні установки, застереження, прагнення (індивідуальні цілі), почуття обов'язку [90, с. 91]. Зміст такого трактування є найбільш притаманний сутності механізму управління саме соціальної відповідальності.

Основними видами механізмів управління виступають: організаційні, економічні, структурні механізми, механізми організації управління, технічні і адміністративні, інформаційні механізми та інші. В економічній літературі більшою мірою зустрічається термін «організаційно-економічний механізм», що за своєю природою є синтезом двох механізмів управління.

Економічному механізму науковці відводять роль центрального, що діє через економічні інтереси як усвідомлені матеріальні потреби людей і складається з комплексу економічних законів, принципів, способів, методів, важелів, нормативів, показників, за допомогою яких реалізуються об'єктивні економічні закони [97].

Досить критичний аналіз щодо визначення поняття "економічний механізм" проведено у сучасній роботі В.Москаленко, який пропонує розглядати економічний механізм підприємства "як одну зі складових його господарського механізму. Він є сукупністю економічних методів, способів, форм, інструментів, важелів діяння на економічні відносини і процеси, що відбуваються на підприємстві" [110, с.20]. Також під економічним механізмом розуміють взаємозв'язок, що виникає між різними економічними явищами і процесами [96, с. 26]. Отже, дія економічного механізму в умовах ринкової економіки розглядається як система взаємозв'язків економічних явищ, що виникають у результаті функціонування об'єктивних економічних законів ринку. Слід також зазначити, що сукупність різних трактувань економічного механізму управління сприяли трансформаційним процесам щодо інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у стратегію бізнес-структур.

Сучасні тенденції встановлення взаємовідносин держави і суб'єктів бізнесу щодо механізму регулювання соціально відповідальної діяльності тяжіють до переходу від примусових, адміністративних методів до розвитку партнерських відносин на основі зацікавленості обох сторін такої взаємодії (рис. 1.5).

Дослідник І.М. Царик пропонує інший підхід щодо обґрунтування ролі соціальної відповідальності бізнесу у національній економіці – через дослідження її внутрішнього та зовнішнього виміру. Так, внутрішній вимір уособлюється у виконанні підприємством соціальної функції у межах власного середовища, а потенціал виконання цієї функції визначається

спроможністю фінансових потоків підприємства, які направляється на цілі виплати винагороди персоналу, забезпечення його розвитку і безпеки, а також оновлення засобів виробництва. Потенціал соціально-відповідальної діяльності у внутрішньому вимірі може бути оцінений через зростання якості трудових ресурсів національної економіки, освітнього, професійного, духовного рівня населення, продуктивності праці, ВВП, здоров'я працюючих, модернізація обладнання, зниження державних витрат на охорону здоров'я, вирішення екологічних та соціальних проблем, зниження рівня соціальної напруги і конфліктів [160].



Рис. 1.5. Типи взаємовідносин держави і бізнесу у процесі розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором

Зовнішній вимір корпоративної соціальної відповідальності може бути розкритий через створення умов для формування соціально-відповідального бізнесу в структурі національної економіки. Його основними складовими є сплата бізнесом податків до бюджету, чесна конкуренція та справедлива цінова політика, охорона навколишнього середовища, участь бізнесу у подоланні економічних криз, благодійність, волонтерська робота персоналу тощо. Важливо, щоб реалізація зазначеного потенціалу здійснювалась із врахуванням довгострокових наслідків підприємницьких рішень і дій для економічного, соціального та екологічного розвитку національної економіки, її пріоритетів та цілей. Реалізація зовнішнього потенціалу соціальної відповідальності бізнесу сприяє зростанню національної економіки, її конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості; міжнародного іміджу держави; мінімізації негативних наслідків циклічності економіки; покращення стану навколишнього середовища, економічного, соціального, політичного клімату [160].

Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності змінює взаємодію учасників соціально-економічних відносин, що потенційно призводить до появи відмінностей у сприйнятті та їх поведінці. Цей процес зміни ролей, сприйняття і поведінки може бути теоретично описаний як готовність уряду і бізнесу бути залученими до спільного і саморегулювання. Зміна сприйняття ролей учасників (представників публічного і приватного сектора) може бути стимульована з двох боків: мотиви до залучення у корпоративної соціальної відповідальності діяльність можуть вплинути на сприйняття ролі учасником і друге – зміна взаємодії між публічним та приватним секторами може стимулювати зміни ролей у процесі взаємодії. Більше того, успішний досвід щодо зміни моделей взаємодії може вплинути на систему переконань учасників, призвести до утворення петлі позитивного зворотного зв'язку. У випадку, якщо учасники взаємодії одержують

негативний досвід, то зміни не відбуватимуться і учасники продовжуватимуть використовувати старі підходи до вирішення проблем.

Існуюча система переконань визначає сприйняття ролей учасниками. Відомо, що учасники з відкритою, підтримуваною системою переконань стосовно політики і тактики КСВ мають кращі позитивні та інструментальні мотиви до участі у КСВ діяльності і показують вищий рівень здійснення КСВ, що, в свою чергу, призводить до змін взаємодії між приватною та публічною сферами. Підвищення рівня здійснення корпоративної соціальної відповідальності призводить до якісних змін у взаємодії публічного і приватного секторів, що надалі веде до більшого залучення підприємств до корпоративної соціальної відповідальності діяльності завдяки розширенню використання м'яких і гнучких механізмів державного впливу.

Вважаємо, що аналіз теоретичного підґрунтя державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності слід розпочинати з вивчення мотивів залучення організацій до соціально відповідальної діяльності. Основою теоретичної бази цього напрямку є: теорія раціональних виборів, соціальний конструктивізм, групові підходи, соціально-економічні підходи і низка когнітивних теорій [11; 32; 188; 209].

Раціональний вибір може бути описаний як діяльність, орієнтована на досягнення цілей з метою максимізації або оптимізації інтересів і преференцій певних сторін. Агенти є центром цієї теорії і поводяться у більш чи менш раціональний спосіб. Соціальний конструктивізм відрізняється від теорії раціонального вибору тим, що наголошує на поведінці, яка керується правилами. Правила, норми і обмеження представлені у соціальному середовищі кожного із учасників соціальних відносин. Зазвичай у літературі з соціального конструктивізму наголошується на перевазі структури над агентськими відносинами.

Когнітивні теорії наголошують на перевазі агентських відносин над структурою, але ця перевага не є раціональною і спрямованою на

максимізацію цілі, як у теорії раціонального вибору. Так, особисті цінності і система переконань переважають над інституційною лояльністю і запитами. Ідеї формують інтереси учасників, але залежність між інтересами і ідеями є взаємною, тому жодна з цих категорій не домінує [188]. Іншими словами, спосіб, у який учасники формують свої інтереси, знаходиться під впливом ідей, але ідеї не є ідентичними, додатковими або менш важливими, ніж інтереси. Ідеї знаходяться у тісній взаємодії з системою переконань учасників, яка, в свою чергу, є вирішальною для ідентифікації їх інтересів. Компанії, звичайно, мають власні системи переконань щодо тих питань, з яких вони вступають у взаємодію з публічним сектором та іншими учасниками. Теж саме працює для неурядових та урядових організацій. Мотиви учасників здійснювати корпоративної соціальної відповідальності можуть бути різними, але повинен бути певний рівень кореляції між системою переконань учасника та його поведінкою. Поведінка поєднується з системою переконань, що в свою чергу впливає на мотиви учасників займатися корпоративною соціальною відповідальністю.

Аргументована раціональність змушує учасників постійно піддавати сумніву свої переваги і позиції. Учасники, які використовують логіку аргументованої раціональності, демонструють правильну поведінку і намагаються досягти обґрунтованого консенсусу [209]. Щодо корпоративної соціальної відповідальності ідея Т. Ріссе виглядає наступним чином: компанії можуть відмовитися від виробництва, якщо в результаті буде забруднюватись навколишнє середовище. Це може бути підтвержене на основі трьох теорій. Відповідно до теорії раціонального вибору компанія досліджує, наскільки шкідливі забруднення впливають на формування доходів і витрат, шукає потенційного заміщення та детально вивчає споріднені проблеми, пов'язані з репутацією та судовими витратами. Якщо компанія не готова ризикувати, то вона зупинить виробництво. Відповідно до теорії соціального конструктивізму компанія зупиняється, тому що вона має

так зробити як відповідальний партнер суспільства. Когнітивна теорія стверджує, що компанія зустрічається з конфліктом. З одного боку, компанія захоче одержати так багато прибутку, як зможе, адже стейкхолдери очікують на це. З іншого, компанія знає на основі останніх досліджень, що продовження виробництва збільшить забруднення середовища і значно вплине на суспільство. Як результат, компанія призупинить небезпечне для зовнішнього середовища виробництво.

Існує низка причин, які спонукають компанії впроваджувати принципи корпоративної соціальної відповідальності. Соціально-відповідальна діяльність дає бізнесу такі переваги: покращує менеджмент у ризикових і кризових ситуаціях; підвищує відданість персоналу; покращує фінансовий стан підприємства та сприяє зниженню витрат; позитивно впливає на збільшення вартості бренду та репутації компанії; сприяє встановленню хороших стосунків з владою та громадою; забезпечує довгострокову віддачу від інвестицій; створює довгострокову стабільність на основі прозорого та відповідального менеджменту, чутливого до очікувань громади [174]. Постійне зростання успішних прикладів впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу у практику діяльності підприємств підкреслюють важливе значення нарощування людського та соціального капіталу підприємств для забезпечення їх довгострокового та сталого розвитку [82]. Розвитку соціальної відповідальності бізнесу також сприяють норми національного і міжнародного права, як, наприклад, тристороння декларація принципів щодо багатонаціональних корпорацій та соціальної політики, згідно якої національна та багатонаціональна корпорація, до складу якої входить кілька підприємств, повинна вживати заходи з охорони праці без дискримінації щодо працівників окремих підприємств, незалежно від їх місця розташування або країни знаходження [9, с.12-13].

Той факт, що сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності тяжіє до бізнес-орієнтованого підходу, створює підстави для

додаткових підозр з боку її критиків. Критичні зауваження лежать, в основному, в практичній площині і надходять від екологічних та соціальних громадських організацій, а також від профспілок і організацій із захисту прав споживачів. Головними аргументами проти корпоративної соціальної відповідальності є наступні: корпоративної соціальної відповідальності не поважає юридичні особливості певних типів бізнес-структур (наприклад, витрати на корпоративну соціальну відповідальність можуть здійснюватись без згоди акціонерів компанії); корпоративна соціальна відповідальність є гарним доповненням бізнесу в хороші часи, але у проблемний період корпоративна соціально-відповідальна діяльність є зайвою і недоступною; головними функціями бізнесу є виробництво товарів і створення прибутку, а не вирішення соціальних проблем (яке має здійснюватись окремим індивідом, суспільством і урядом), тому соціальна відповідальність має бути покладена на інших учасників, наприклад, уряд; бізнесу не можна доручати вирішення соціальних проблем, тому що йому не вистачає досвіду; участь у соціальних програмах надає бізнесу забагато влади.

Крім того, існує низка моральних причин, з яких бізнес зобов'язаний бути соціально відповідальним: корпорації спричиняють соціальні проблеми, а тому повинні допомагати їх вирішувати та попереджати виникнення наступних проблем; корпорації, як впливові учасники, що контролюють важливі ресурси, повинні використовувати свою владу і ресурси відповідально; усі види діяльності корпорації мають соціальний вплив, а тому не можуть уникнути відповідальності за нього, незалежно від того, є він позитивним або негативним; корпорації покладаються на встановлення партнерських відносин з широким колом стейкхолдерів (споживачі, постачальники, місцева громада), а тому повинні враховувати їхні інтереси і цілі [178, с.42]. Також мають місце етичні міркування залучення бізнесу до корпоративної соціальної відповідальності, і це тісно пов'язане з моральними причинами. Етична відповідальність може бути

визначена як відповідальність робити те, що правильно і чесно навіть у випадках, якщо цього не вимагає закон [178, с.44].

Отже, мотиви залучення бізнесу до соціально відповідальної можуть бути згруповані наступним чином:

- інструментальні причини: компанії вбачають користь від корпоративної соціальної відповідальності діяльності як можливість збільшити конкурентні переваги бізнесу;

- моральні причини: етичні та альтруїстичні мотиви;

- легітимні причини: через вимоги фінансового сектору, а також через ризик втрати репутації бренду;

- політичні причини: корпоративну соціальну відповідальність розглядається як інструмент отримання кращого доступу до суспільної влади і покращання реалізації бізнес-інтересів у політичній сфері.

Основними концепціями, у рамках яких досліджується корпоративна соціальна відповідальність, є концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів і інституційна теорія. Згідно концепції лоббі-коаліцій схожі системи переконань учасників призводять до утворення коаліції. Наприклад, стейкхолдери, чії системи переконань є близькими і знаходяться на одній лінії з системою переконань корпорації, повинні формувати такий тип коаліції з корпорацією, який дає кращий доступ до інформації та більший вплив на прийняття рішень. Інші стейкхолдери з відмінною системою переконань формують іншу, опозиційну коаліцію. Система переконань учасників визначає їхню поведінку та як вони взаємодіють з іншими учасниками, а також із структурним середовищем загалом.

Управління стейкхолдерами є ключовим концептом корпоративної соціальної відповідальності. Бізнес має багато зобов'язань і інтереси всіх стейкхолдерів мають бути взяті до уваги [183, с.46]. Коли компанія вирішує активно управляти інтересами зацікавлених сторін, то ми говоримо про менеджмент стейкхолдерів. Група стейкхолдерів зазвичай включає в себе

споживачів, інвесторів, постачальників, конкурентів, медіа, неурядові організації, працівників, громади, публічну владу. Головною метою менеджменту стейкхолдерів є відкритий діалог із зацікавленими сторонами, які впливають на бізнес компанії або можуть чинити на неї тиск.

Компанії можуть обирати різні моделі взаємодії із зацікавленими сторонами в залежності від особливостей кожної із чотирьох основних групи стейкхолдерів [178; 212]. Але з точки зору корпоративної соціальної відповідальності найбільш прийнятною є двостороння модель взаємодії між компанією та конкретною групою стейкхолдерів та сітьова модель, яка передбачає також двосторонню взаємодію стейкхолдерів між собою.

Активний менеджмент стейкхолдерів або діалог компанії має подвійну функцію: з одного боку, це надає компанії важливу інформацію, яка слугує широкоекранним радаром, що допомагає визначити потенційні можливості та/або проблеми. З іншого боку, активний та відкритий діалог забезпечує зовнішніх стейкхолдерів більшим та кращим доступом до інформації про наміри компанії, тобто створює умови для кращої позиції за столом переговорів.

На думку Л.А.Грициної, ідеально менеджмент стейкхолдерів має включати в себе всіх стейкхолдерів, на яких впливає бізнес. Активний менеджмент стейкхолдерів повинен призводити до кращих взаємовідносин із компаніями та публічною владою, що має підвищити можливості впливу компанії на загальний процес розробки економічної політики. Для забезпечення ефективного менеджменту стейкхолдерів необхідно забезпечувати взаємодію з ними в розрізі таких двох груп: первинної (працівників, акціонерів, інвесторів, споживачів, постачальників тощо) та вторинної (територіальна громада, засоби масової інформації, неурядові організації, навчальні заклади тощо). Згідно результатів досліджень вченого ці дві групи стейкхолдерів відрізняються можливостями і напрямками взаємодії з компанією і середовищем в процесі реалізації КСВ діяльності. Так, рівень

впливу окремих представників первинної групи (працівників, акціонерів, інвесторів, споживачів, постачальників тощо) визначається тим, якою є мета того чи іншого етапу розвитку підприємства, роль представників вторинної групи визначається можливостями їх впливу на формування середовища, сприятливого для діяльності соціально-відповідальних підприємств [33].

Дослідник О.Ю. Березіна наголошує, що базові стейкхолдери можна розташувати у такій ієрархічній послідовності за ступенем важливості для корпорації: акціонери; працівники; споживачі; місцеві спільноти, громадськість; бізнес-партнери; державні інститути; некомерційні організації та фінансові інститути [13]. Таким чином, існують різні напрями і способи взаємодії стейкхолдерів в реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Окрім цього в науковій літературі навіть виділяють різні програми соціальної відповідальності бізнесу, які спрямовані на вищезазначену взаємодію.

Класифікаційною ознакою програм соціальної відповідальності бізнесу може бути категорія партнерів, спільно з якими така програма реалізується. Так, Д.О.Баюра пропонує проводити класифікацію у межах таких груп: 1) власні програми підприємств; 2) партнерські програми з професійними та громадськими організаціями; 3) партнерські програми із органами місцевої влади і самоврядування, державними органами влади; 4) інформаційні партнерські програми із засобами масової інформації [7]. Процес управління програмами корпоративної соціальної відповідальності на підприємств має бути безперервним, і передбачає реалізацію таких етапів як чітке визначення пріоритетних напрямів соціальної політики підприємства; створення у структурі підприємства окремого підрозділу, який буде відповідати за розробку і втілення проєктів соціальної відповідальності; організація програм навчання персоналу основами соціальної відповідальності та особливостям її здійснення у компанії; проведення оцінювання та інформування стейкхолдерів про результати реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу [6]. Вибір

тієї чи іншої програми реалізації корпоративної соціальної відповідальності залежить як від зовнішніх, так і внутрішніх факторів розвитку суб'єктів бізнесу, їх стратегічної орієнтації тощо.

Другий ключовий концепт у прямому впливі на взаємодію між публічним та приватним секторами – це потрійний звіт компанії: в розрізі економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності. Така потрійна звітність має призводити до більшої прозорості та підзвітності, збільшує довіру до компанії, зміцнює ділові відносини та підвищує готовність бізнесу до роботи на інших ринках [22; 98].

Інституційна теорія вивчає, які фактори впливають на вибір політичних інструментів у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Різний інституційний політико-економічний контекст впливає на впровадження і розповсюдження корпоративної соціальної відповідальності у приватному секторі. Інституційне середовище розглядається як певна необхідна умова для здійсненості і успіху корпоративної соціальної відповідальності політики. Інституційні фактори, які впливають на корпоративну соціальну відповідальність, включають рівень довіри із суспільством, політичну культуру і традиції реалізації політики, конституційний устрій [170; 191]. Зазначені інституційні фактори у певній мірі відповідають зовнішнім, пов'язаним з ними стабільним параметрам (базовий розподіл ресурсів, фундаментальні соціокультурні цінності, соціальна структура, базова конституційна структура [186; 197; 213]. Інституційне оформлення теорії корпоративної соціальної відповідальності відбувається шляхом втілення теоретичних положень у нормативних документах, міжнародних ініціативах та національних моделях соціальної відповідальності [48].

Рівень довіри у суспільстві є надзвичайно важливим для імплементації корпоративної соціальної відповідальності. Інтегральною складовою сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності є зміна ролей і відповідальності учасників, що є неможливим без високого рівня взаємної

довіри. Відносно корпоративної соціальної відповідальності на державному рівні існують різні типи регуляції: спільна регуляція, самостійна регуляція та інші форми кооперативних схем. Всі ці форми управління вимагають певного рівня довіри у суспільства. Перехід з прямого регулювання на горизонтальний тип вимагає значних змін від зацікавлених учасників з обох сторін. Важливою передумовою для успіху корпоративної соціальної відповідальності і пов'язаних підходів і політичних інструментів є рівень довіри між релевантними учасниками, але також і всередині суспільства загалом. У країні, для якої характерний низький рівень довіри між людьми та довіри до застосовують санкції проти порушників закону, і захищають меншини. До того ж, вищий рівень довіри полегшує прозору діяльність компаній та створює умови для потенційного залучення до співпраці неурядових організацій або інших соціальних учасників.

Важливе значення для імплементації корпоративної соціальної відповідальності мають конституційні та інституційні характеристики країни: встановлення політичної системи і інституцій, організація економічної системи, репрезентація інтересу (плюралістичний / корпоративний), організація діяльності з повагою до влади та прийняття рішень (федералізм / централізм) [198]. Інституційна структура країни може мати прямий вплив на запровадження КСВ компаніями та взаємодію з публічним сектором.

Термін політична культура як «ставлення до політичної системи і її різних сторін, і ставлення до ролі себе у системі» [166, с.13] має важливе значення для впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Т.Бергер зазначає, що «інституції і культура існують у взаємозалежних стосунках, кожен покладається на іншого» [169, с.11-12].

Концепція культури має три важливі характеристики: по-перше, культура є видимою через власність певної спільності людей більше, ніж через власність окремих індивідів, які входять до групи. По-друге, усі культури є принципово відмінними. Культура однієї групи не може бути

ідентичною з культурою іншої. По-третє, культури є відносно стабільними, особливо, якщо порівнювати її з матеріальними умовами. Політична культура і традиції країн у сенсі надання переваг певному стилю ведення переговорів і укладання угод як складових формування політики є важливими для вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на моделі взаємодії у визначеному секторі економіки.

Модель соціальної відповідальності підприємства формується під впливом соціально-економічної політики держави, а також із врахуванням міжнародних норм. На сучасному етапі світове співтовариство стає все більш активним у запровадженні цілеспрямованої політики, яка передбачає вирішення комплексу соціальних, економічних та екологічних питань на основі розвитку інституту корпоративної соціальної відповідальності. На вирішення окремих аспектів соціальної відповідальності і сталого розвитку направлені такі міжнародні документи: Резолюція Конференції ООН з проблем оточуючого людину середовища (Стокгольм, 1972 р.), Декларація ООН з навколишнього середовища та розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.) [35], Декларація Міжнародного форуму та Програма дій щодо вирішення глобальних екологічних та соціальних проблем (Копенгаген, 1995 р.), Директива ООН з питань захисту споживачів [36], Європейські рамкові умови соціальної відповідальності підприємства (Лісабон, 2000 р.), міжнародні угоди у сфері трудових і соціальних прав ООН, Конвенції Міжнародної організації праці, Європейська соціальна хартія [51] та ін.

Зазначені вище документи є основою формування національного законодавства і національної політики щодо соціальної відповідальності бізнесу, а також створюють базу для розробки міжнародних стандартів складання соціальної звітності, найпоширенішими з яких є: Принципи CERES/Valdez (1989 р.) [128], Стандарти Sunshine з надання корпоративних звітів для стейкхолдерів (1996 р.), AccountAbility 1000 (1999 р.), Глобальний договір ООН (2000 р.) [217], AccountAbility 1000 Stakeholder Engagement

Standard (2005 p.), AccountAbility 1000 Assurance standard (2008 p.), SocialAccountability 8000 (2008 p.), Норма ISO 26000 “Керівництво з питань соціальної відповідальності” [116] (2010 p.), система стандартів GRI [139] та ін.

Теоретичне підґрунтя розвитку державного управління у сфері соціальної відповідальності бізнесу включає низку теорій, які пояснюють поведінку окремих агентів у суспільстві, та теорій, які обґрунтовують взаємодію приватного і публічного секторів у процесі формування політики і прийняття рішень. Причини залучення приватного сектору у розвиток корпоративної соціальної відповідальності можна класифікувати за такими групами як інструментальні, моральні, легітимні та політичні. Аналіз теоретичної бази взаємодії приватного і публічного секторів у напрямі розвитку корпоративної соціальної відповідальності показав, що найбільш вагомими теоріями у цьому напрямі є концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів та інституційна теорія, а форми і напрями державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності залежать від конституційних та інституційних характеристик окремих країн.

Концептуальне оформлення теорії корпоративної соціальної відповідальності відбулось у 1970-х роках, під час кризи світової економіки, що супроводжувалась зменшенням можливостей державного фінансування соціальної сфери, згортанням державних соціальних програм і зменшенням загального рівня добробуту на державному рівні у багатьох країнах. Наприклад, у цей період у США відбулось суттєве зменшення дотаційних програм і субсидій місцевим органам влади [16]. Пізніше, у 1996 р., Конгрес США ініціював скорочення асигнувань некомерційним організаціям на 90 млрд. дол. на період 1999-2002 рр., внаслідок чого були обмежені програми соціального захисту, зменшено доступ до безкоштовної медичної допомоги та субсидії на будівництво житла, а уряд був змушений звернутись до представників бізнесу із проханням підтримати діяльність громадських організацій, діяльність яких направлена на вирішення гострих соціально-

економічних проблем [57]. Саме такі фактори на той час сприяли розвитку партнерських відносин між державою та бізнесом в рамках корпоративної соціальної відповідальності.

У Великобританії реформування соціальної політики відбулось ще більш радикально у рамках нового курсу на скорочення фінансування регіональних видатків і відмови від соціальних цілей у регіональній політиці, внаслідок чого відбулась зміщення пріоритету соціальної справедливості на пріоритет господарської ефективності. Практичне втілення такого курсу державної політики Великобританії означало, що витрати на соціальну політику було зменшено на 40%; кількість дотаційних регіонів скорочено; обмеження на розміщення підприємств у регіонах з високою щільністю населення знято [185]. Проте такі зміни у напрямі соціальної політики багатьох країн світу не змінили суттєво соціальних очікувань населення розвинутих країн світу щодо ролі держави у забезпечення добробуту громадян. Але поступово починається процес передачі відповідальності за соціальні проблеми з держави на суб'єкти підприємництва.

Юридично держава залишається безумовним гарантом соціального добробуту, проте роль бізнесу у досягненні високого рівня благополуччя суспільства поступово і неухильно зростає. Такий зсув соціальної парадигми мав не тільки практичне значення, але й привернув увагу наукового світу, внаслідок чого на основі численних досліджень було сформульовано різні концепції, які пізніше лягли в основу теорії корпоративної соціальної відповідальності. Основною ідеєю цієї теорії стало переконання, що підприємства повинні розділити з державою відповідальність за екологічні і соціальні проблеми суспільства. Утвердження теорії соціально-відповідального бізнесу як важливої концептуальної засади державної політики означало, по-перше, що очікування суспільства до бізнесу суттєво зросли; по-друге, що підприємці визнали справедливість цих очікувань і необхідність відповідати їм у своїй господарській діяльності; по-третє, що

держава погодилась на такий розподіл відповідальності у соціальній сфері; і, нарешті, що обсяг і вектор очікувань з боку суспільства, бізнесу і держави співпали [63; 75].

Наступним етапом розвитку соціальної відповідальності бізнесу стало формування її моделей на національному рівні. Як зазначає дослідник Л.А.Грицина, існує дві протилежні тенденції розвитку концепцій соціальної відповідальності: 1) формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності підприємств, які враховують існуючі регіональні розбіжності, зумовлені політичними, соціально-економічними та національними особливостями розвитку окремих країн; 2) уніфікація вимог до корпоративної соціальної відповідальності підприємств, що знайшло своє відображення у розробці та поширенні міжнародних документів, загальноприйнятих систем оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності [33].

Як зазначалося раніше, розвиток корпоративної соціальної відповідальності є вагомим чинником прискорення демократизації суспільних процесів і сприяє підвищенню рівня їх прозорості, адже соціальна відповідальність є одним з базових механізмів реалізації сучасних демократичних цінностей в державному управлінні на різних рівнях: базисному, цивілізаційному; загальнодержавному, суспільному; груповому, рольовому та персональному, ситуативному [138]. Держава, приймаючи рішення про розвиток соціальної відповідальності, може спиратись на одну з трьох моделей: 1) модель традиційного конфлікту інтересів; 2) модель впливу корпоративної соціальної відповідальності на фінансовий результат діяльності компанії, 3) модель багатоцільової компанії [206]. Кожна країна використовує ту чи іншу модель розвитку корпоративної соціальної відповідальності, яка залежить як типу країни, прерогатив державного регулювання тощо.

Прийнято виділяти такі моделі корпоративної соціальної відповідальності як американська, європейська (у якій, в свою чергу,

виділяють скандинавську, британську, середземноморську, модель німецькомовних країн, модель Центрально-Східної Європи), азійську, латиноамериканську, африканську та модель країн БРІК [91]. Важливими причинами наявності відмінностей у національних моделях корпоративної соціальної відповідальності є історичні передумови, а також практика і пріоритети соціально-економічної політики держави, зокрема у сфері відповідальності бізнесу.

Максимально вільною вважається американська модель корпоративної соціальної відповідальності, яка ґрунтується на свободі підприємництва та філантропічному підході [20; 55; 99]. Характерним для цієї моделі є: незначний вплив публічного сектору на приватний; використання переважно філантропічного підходу до корпоративної соціальної відповідальності, тобто фінансування бізнесом різноманітних некомерційних проектів через корпоративні фонди; фінансування підприємствами бізнес-освіти; законодавче закріплення податкових пільг, корпоративне волонтерство (залучення працівників до участі у соціальних програмах і проектах компаній), суттєва роль корпоративної соціальної відповідальності комунікацій [91, с. 12].

Європейська модель передбачає активну участь публічного сектора і направлена, перш за все, на розвиток соціальної відповідальності у державних компаніях, які покликані дати позитивний приклад інших підприємствам. Поштовхом до розвитку корпоративної соціальної відповідальності у країнах Європейського Союзу був надзвичайний саміт ЄС у березні 2000 р., на якому обговорювались питання економічного розвитку, соціальної згуртованості і забезпечення роботою. Учасники саміту визнали корпоративної соціальної відповідальності важливою складовою соціальних та економічних реформ. Для оцінки рівня діяльності урядів у цьому напрямі необхідним є дослідження національної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності, а також використовуваних для її реалізації програм та інструментів.

У межах європейської моделі наявні певні відмінності між англо-саксонською і континентальною моделлю. Так, у рамках англо-саксонської моделі соціальну відповідальність розглядають у якості морально-етичних зобов'язань власників і топ-менеджерів корпорацій, яка має добровільний характер і здійснюється у горизонтальній площині «суспільство-бізнес», а державі відводиться функція моніторингу соціально-відповідальної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Континентальна модель більшою мірою орієнтована на задоволення інтересів стейкхолдерів, врівноваження їх з інтересами самої компанії. В рамках континентальної моделі соціально-відповідальна діяльність є більшою мірою врегульована законодавчо і носить обов'язково-добровільний характер. Держава у континентальній моделі відіграє більш активну роль, яка проявляється у створенні відповідних комісій у складі міністерств (Італія, Іспанія, Польща, Литва), на які покладаються розробка нормативних документів з питань КСВ та моніторинг стану їх виконання суб'єктами бізнесу [142].

Швидкими темпами відбувається розвиток державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності у північноєвропейських країнах. Наприклад, Данія у 2008 р. затвердила План дій уряду, який спрямований на стимулювання використання принципів соціальної відповідальності у діяльності данських компаній, що сприятиме подальшій промоції данського бізнесу на міжнародному ринку. З цією метою данським урядом розроблено тридцять ініціатив у чотирьох ключових сферах: пропаганда бізнес-орієнтованої соціальної відповідальності, просування соціальної відповідальності бізнесу через заходи уряду, відповідальність бізнесу за клімат, промоція Данії у сфері відповідального зростання) [23]. Виконання урядового плану дій забезпечується через введення вимоги подання щорічних обов'язкових соціальних звітів для компаній, створення при уряді Ради з питань соціальної відповідальності, заснування мережі знань для

організацій, дослідників і консультантів у сфері відповідальності бізнесу, створення Інтернет-порталу з питань КСВ [16].

З початку 2000-х рр. у Нідерландах активно розвивається державне регулювання соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, через впровадження проектів з поширення практики соціальної відповідальної діяльності та суспільного інформування про успіхи підприємств у цьому напрямі. Важливою складовою реалізації цієї політики є інтеграція зусиль чотирьох міністерств: Міністерства будівництва, територіального планування та навколишнього середовища; Міністерства закордонних справ; Міністерства соціальної політики та зайнятості; Міністерства сільського господарства, природи та якості харчування. Завдяки цим крокам соціальна відповідальна діяльність стала важливою характеристикою конкурентної політики Нідерландів [16].

З метою проведення дослідження щодо ефективності і особливостей здійснення політики корпоративної соціальної відповідальності на національному рівні важливим є дослідити такі аспекти: 1) зміст, місія і цілі національної політики розвитку корпоративної соціальної відповідальності; 2) державні структури, які є відповідальними за політику соціальної відповідальності; 3) інституційна підтримка зі сторони міжнародних угод, участь і побудова взаємовідносин з міжнародними інституціями у сфері корпоративної соціальної відповідальності; 4) регуляторна політика в різноманітних формах прояву; 5) наявність і результативність організаційних структур, які створені з метою підтримки політики корпоративної соціальної відповідальності: централізовані/децентралізовані, секторальні/міжгалузеві, структури/ мережі мультистейкхолдерів, а також створення нових агенцій; 6) учасники процесу державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності; 7) соціально-економічний, політичний і культурний аспект, а також традиції адміністрування. Аналіз національних політик у сфері корпоративної соціальної відповідальності дозволяє виділити основні сфери

прояву державної політики у галузі корпоративної соціальної відповідальності:

- 1) публічна, яка включає національні політики корпоративної соціальної відповідальності, які розвиваються урядами з метою покращення їх соціальної відповідальності на основі бажання слідувати за позитивним прикладом інших країн;
- 2) публічно-приватна, яка покликана поліпшити бізнес-практики з корпоративної соціальної відповідальності;
- 3) публічно-громадська, яка направлена на поліпшення рівня обізнаності стейкхолдерів;
- 4) корпоративна соціальна відповідальність у сфері відносин, яка передбачає спрямування державної політики на розвиток партнерства між стейкхолдерами, бізнесом та урядом [165, р. 394-395].

На думку дослідників Л.Албадера, Дж.Лозано та Т.Йса [165, р. 401], на основі зазначених відмінностей у країнах Євросоюзу можна виділити чотири типи національних політик у сфері корпоративної соціальної відповідальності:

- 1) партнерську (скандинавська модель),
- 2) бізнес у громаді (британська модель),
- 3) сталий розвиток і суспільство (модель німецькомовних країн і Франції),
- 4) Агора (середземноморська модель) (табл. 1.2).

Ця типологія відображає конвергенцію між застосовуваними урядами підходами і реальними діями у сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності, а також між національною політикою корпоративної соціальної відповідальності і залученими учасниками [165, р. 396].

Партнерська модель, яка є характерною для скандинавських країн, ґрунтується на встановленні тісної взаємодії між державою і бізнесом. Державно-приватне партнерство розглядається як інноваційний і навіть ключовий інструмент у розв'язання складних соціальних проблем. Місцева влада, яка є відповідальною за шляхи створення такого партнерства, також є глибоко залученою у процес, а тому просуває ідею соціальної співвідповідальності між адміністрацією, компаніями та соціальними організаціями. Сприяння партнерству стало центральною ідеєю у розвитку політики корпоративної соціальної відповідальності скандинавських країн.

Таблиця 1.2

**Моделі державної діяльності щодо розвитку публічної політики
корпоративної соціальної відповідальності у 15 країнах ЄС**

Модель	Характеристики	Країни
Партнерство	Партнерство як стратегія, яку спільно провадять урядові сектори з метою вирішення соціальних проблем і проблем зайнятості населення. Характерним є наголос на прозорості інформації щодо корпоративної соціальної відповідальності діяльності підприємств, а також необхідності слідувати позитивному прикладу інших.	Данія, Фінляндія, Нідерланди, Швеція
Бізнес у громаді	М'яка політика втручання, яка стимулює залучення бізнесу до урядових дій, направлених на розвиток громад і приватного сектору (через підприємництво, надання волонтерських послуг, розвиток персоналу, створення нових підприємств, інвестиції у депресивні міста та сільськогосподарські території).	Ірландія, Велика Британія
Сталий розвиток і громадянство	Модернізована версія чинної соціальної угоди і наголос на стратегії сталого розвитку, наголос на концепції «корпоративного громадянства» Регуляторна політика, підтримка державою діяльності, яка направлена на сталий розвиток	Німеччина, Австрія, Бельгія, Люксембург Франція
Агора	Створення груп для обговорення проблем різних учасників соціального процесу з метою досягнення суспільного консенсусу з питань корпоративної соціальної відповідальності. Державний підхід до впровадження політики корпоративної соціальної відповідальності ще знаходиться на стадії формування (за винятком Італії).	Італія, Іспанія, Греція, Португалія

Джерело: складено автором на основі [165, р. 401].

Модель «бізнес у громаді» набула розповсюдження у Великобританії та Ірландії. Її характерними рисами є застосування м'яких інструментів стимулювання компаній до діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Ідея такого підходу до публічного регулювання соціальної відповідальності бізнесу ґрунтується на баченні, що компанії мають відігравати фундаментальну роль у економічному розвитку громад, на території яких вони здійснюють свою діяльність. На базі такого підходу було розвинено і інші аналогічні концепції, наприклад, «інвестиції у громаду», «залучення у громаду», «відтворення стратегій для менш привілейованих

територій», «зобов'язання перед громадою», які описують внесок урядів і компаній у соціальний і місцевий розвиток.

У рамках моделі «Бізнес у громаді» діяльність держави у сфері корпоративної соціальної відповідальності зосереджена на наданні підтримки приватному сектору, узгодженню економічного і сталого розвитку, економічному відновленню, на основі підтримки і співпраці з приватним сектором. Також, згідно досліджень М. Саприкіної, для британської моделі корпоративної соціальної відповідальності характерними є наявність значної уваги фінансових установ та засобів масової інформації до проектів соціальної відповідальності, внаслідок чого чисельність соціально відповідальних інвестиційних фондів зростає; впровадження різноманітних навчальних курсів з різних аспектів корпоративної соціальної відповідальності у програми університетів і бізнес-шкіл; зацікавленість держави у розвитку корпоративної соціальної відповідальності і розширенні партнерства з бізнесом; ведення діалогу із усіма групами стейкхолдерів, врахування їх інтересів [91, с.60].

Модель «сталий розвиток і громадянство» поширена у німецькомовних країнах та Франції і ґрунтується на перспективному баченні компаній як «хороших громадян». Уряди на основі концепції «корпоративного громадянства» стимулюють підприємства не лише до виконання своїх обов'язків із сплати податків і ведення чесного та прозорого бізнесу, а до взяття на себе зобов'язань понад ці встановлені державою обов'язкові вимоги. Уряди країн, які використовують модель «сталий розвиток і громадянство» мають давні традиції суспільного обговорення проблем сталого розвитку. Також уряди Німеччини, Австрії, Бельгії, Люксембургу та Франції просувають ідею корпоративної соціальної відповідальності шляхом підтримки бізнесу та проведення політичних ініціатив усвідомлення і довіри між бізнесом та публічною владою.

Модель Агора поширена у середземноморських краях, включаючи Грецію, Італію, Португалію та Іспанію. Рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності у цих країнах суттєво відрізняється: в Італії вже розпочато процес узгодження урядових проектів з соціальної відповідальності бізнесу, а інші країни знаходяться лише на початковій стадії розвитку цього напрямку діяльності. Модель Агора базується на результатах публічних обговорень соціально-економічних проблем з метою пошуку можливості спільного їх вирішення. До таких обговорень прийнято залучати представників бізнесу, політиків, представників громадянського суспільства. Таким чином, у моделі Агора роль публічної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності прийняла форму переосмислення ролі бізнесу у суспільстві, і ґрунтується на відносному управлінні і сталому розвитку.

Окремо у складі європейської моделі розглядають підмодель корпоративної соціальної відповідальності у країнах, які є новими членами Європейського Союзу, або тільки претендують на членство. Для цих країн характерним є слабка участь держави у формування політики корпоративної соціальної відповідальності у поєднанні із сильним впливом міжнародних інституцій у цій сфері; визначальний вплив законодавчо-нормативного регулювання корпоративної соціальної відповідальності, який зумовлений слабкістю інших механізмів розвитку; недостатня активність громадських, наукових, навчальних інституцій та засобів масової інформації щодо формування культури соціальної відповідальності у суспільстві; переважна роль у розвитку корпоративної соціальної відповідальності належить міжнародним корпораціям і великим національним корпораціям [91, с.61]. У складі цієї підмоделі також виділяють різновиди (центральноевропейську, балтійську, західно-балканську), які з часом за сприятливих умов можуть бути трансформовані у єдину європейську модель корпоративної соціальної відповідальності. Враховуючи поступове розширення кордонів

Європейського Союзу на схід, вважаємо за доцільне виокремити також східноєвропейський різновид цієї підмоделі.

Азійська модель корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на культурних традиціях Японії, адже навіть значення слова «бізнес» має соціальну складову і, включаючи у себе два слова, буквально означає керувати світом у гармонії, сприяючи добробуту людей» і «постійно докладати зусиль для досягнення [57; 103]. Так, як у Японії та Південній Кореї у трудових відносинах переважає підхід довічного найму працівника, то це знаходить відображення і у формах соціальної відповідальності корпорацій: надання житла, планування кар'єри, заохочення до утворення сімейних династій, оплата навчання за рахунок роботодавця, надання фінансової допомоги при народженні дитини, на навчання дитини, виплата допомоги працівнику при виході на пенсію [167]. Також для азійської моделі характерною є активна роль держави щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Африканська модель корпоративної соціальної відповідальності, на відміну від американської та європейської, більшою мірою зосереджена на впровадженні проектів розвитку місцевих громад. Основними напрямками таких проектів є подолання бідності, підвищення рівня сталості середовища, розвитку економічної активності і створенні робочих місць. Більшість таких проектів реалізуються місцевими органами влади у співпраці із великими транснаціональними корпораціями.

Модель країн БРІК (включають Бразилію, Росію, Індію, Китай та Південну Африку) ґрунтується на достатньо високих стандартах корпоративного управління, природоохоронної та соціальної політики. Найкращий приклад розвитку соціальної відповідальності бізнесу на загальнодержавному рівні демонструють Індія та Китай, що знаходить своє відображення у покращенні соціальної політики, рівня корпоративного управління та розвитку бізнесу [46; 91, с. 64-65].

Латиноамериканська модель характеризується низьким рівнем розвитку корпоративної соціальної відповідальності на фоні значної обізнаності громадськості у питаннях корпоративної соціальної відповідальності. Інформація про корпоративну соціальну відповідальність активно розповсюджується через засоби масової інформації, а також університетами та громадськими організаціями. Разом з тим, рівень залучення бізнесу до соціально відповідальної діяльності є доволі низьким. Громадські організації Латинської Америки, які працюють у цій сфері, існують переважно на кошти міжнародних агенцій.

Модель корпоративної соціальної відповідальності в Україні знаходиться на стадії формування, а роль держави у її становленні є достатньо високою. Відмінною особливістю вітчизняної національної моделі є вимушений характер соціальних програм, відсутність стійких традицій ідеології соціальної відповідальності, недостатня прозорість у формуванні соціальної політики на державному та регіональному рівнях, наявність значного розриву між бізнесом і суспільством у визначенні пріоритетів соціальної відповідальності [59; 112; 122; 204]. Оскільки корпоративна соціальна відповідальність в Україні перебуває у стадії розвитку, тому міжнародний досвід слід широко вивчати та впроваджувати з урахуванням національної специфіки. За джерелами регулювання, практикою для України більш близькою є європейська модель з її державним регулюванням і соціальними програмами. Український варіант корпоративної соціальної відповідальності є сумішшю британської моделі (добровільне ініціювання) та континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки корпоративної соціальної відповідальності). В Україні корпоративна соціальна відповідальність продовжує орієнтуватися на ближче коло стейкхолдерів: держава, власники та персонал. Більш широке коло зацікавлених сторін – місцева громада, постачальники та інші – поки що так і не є системною ознакою. Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність

в Україні – це добровільний внесок приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій.

Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності свідчить про те, що державна політика у сфері регулювання соціальної відповідальності тісно пов'язана із соціально-економічними умовами, культурними традиціями і особливостями національного світогляду. В основі відмінностей між національними моделями корпоративної соціальної відповідальності лежать такі фактори як роль держави у її формуванні, ступінь відкритості публічної політики, рівень активності бізнесу і громадського сектору у напрямі впровадження ідей корпоративної соціальної відповідальності [63; 75].

Отже, зарубіжні країни протягом останніх десятиліть набули значного досвіду у регулюванні корпоративної соціальної відповідальності. Особливості державної політики і застосовувані підходи та методи регулювання мають значні відмінності, але усі вони вибудовуються навколо ідеї надзвичайної важливості соціальної відповідальності бізнесу для розбудови національної економіки. Свідченням цього є матеріали великої кількості публікацій вітчизняних і зарубіжних вчених про безперечний позитивний вплив покращення рівня соціальної відповідальності бізнесу на сталий розвиток національних економік [16]. Подібний досвід систематизовано також на прикладі Росії [93; 151] та країн південно-східної Європи [87].

Висновки до розділу 1

1. Складність і багатоаспектність корпоративної соціальної відповідальності сприяла появі значної кількості трактувань цієї економічної категорії у науковій літературі та бізнес-середовищі, а також формуванню різноманітних підходів до розуміння її функцій, принципів, напрямів та рівнів здійснення. Сучасні світові тенденції у сфері корпоративної соціальної відповідальності розвиватимуться у напрямі розширення тісної взаємодії

підприємств з органами влади і місцевого самоврядування у процесі визначення параметрів, способів і напрямів соціально відповідальної діяльності організацій. На основі цього запропоновано трактувати корпоративну соціальну відповідальність як відповідальність бізнес-структури за вплив її рішень, дій та їх наслідків на суспільство в цілому, соціальні групи, навколишнє середовище, враховуючи очікування заінтересованих сторін; відповідає міжнародним нормам етики ведення бізнесу та чинному законодавству; передбачає збалансування економічних, екологічних і соціальних параметрів діяльності організації з метою забезпечення її сталого розвитку; інтегрована у стратегічну і операційну діяльність бізнес-структурою; формується на основі встановлення партнерського регулювання відносин з державною та місцевою владою.

2. Теоретичне підґрунтя розвитку державного управління у сфері соціальної відповідальності бізнесу включає низку теорій, які пояснюють поведінку окремих агентів у суспільстві, та теорій, які обґрунтовують взаємодію приватного і публічного секторів у процесі формування політики і прийняття рішень. Причини залучення приватного сектору у розвиток корпоративної соціальної відповідальності угруповано у інструментальні, моральні, легітимні та політичні. Аналіз теоретичної бази взаємодії приватного і публічного секторів у напрямі розвитку корпоративної соціальної відповідальності показав, що найбільш вагомими теоріями у цьому напрямі є концепція лоббі-коаліцій, теорія стейкхолдерів та інституційна теорія, а форми і напрями державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності залежать від конституційних та інституційних характеристик окремих країн.

3. Узагальнення умов результативності європейських та загальносвітових ініціатив щодо корпоративної соціальної відповідальності показало, що відповідальна діяльність бізнесу не може ґрунтуватись лише на добровільних засадах, а потребує певного регулювання ззовні – як з боку

держави, так і окремих стейкхолдерів. Проведений порівняльний аналіз типів взаємовідносин держави та бізнесу у процесі розвитку корпоративної соціальної відповідальності дозволяє віднести до основного типу – партнерські відносини/спільне регулювання, а саморегулювання - в якості суттєвого доповнення, що у сукупності здатні забезпечити свою результативність у сучасних умовах з урахуванням прийнятого політичного курсу, соціально-економічних умов національної економіки.

4. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності свідчить про те, що державна політика у сфері регулювання соціальної відповідальності тісно пов'язана із соціально-економічними умовами, культурними традиціями і особливостями національного світогляду. В основі відмінностей між національними моделями корпоративної соціальної відповідальності лежать такі фактори як роль держави у її формуванні, ступінь відкритості публічної політики, рівень активності бізнесу і громадського сектору у напрямі впровадження ідей корпоративної соціальної відповідальності.

Фактичну українську ситуацію можна охарактеризувати як симбіоз британської моделі (добровільне ініціювання) та континентальної схеми (бажання підприємств отримати від держави чіткі законодавчі рамки корпоративної соціальної відповідальності), яка проявляється у добровільному внеску приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій. Узагальнення зарубіжного досвіду дозволяє в управлінському аспекті вважати адекватною для сучасних умов України європейську модель з її державним регулюванням та соціальними програмами.

Основні положення розділу 1 опубліковані автором у працях: [61; 62; 63; 66; 69; 71; 73; 74; 75; 81; 85].

РОЗДІЛ 2

СТАН РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз стану і особливостей соціально-відповідальної діяльності суб'єктів підприємництва в Україні

Динаміка результатів соціологічних досліджень з питань корпоративної соціальної відповідальності, які проводились в Україні останні 15 років представниками різних громадських організацій і науковцями, показує, що рівень розуміння проблеми і залучення підприємств до соціально-відповідальної діяльності поступово зростає. В Україні ще немає глибоких традицій щодо налагодження співпраці із зацікавленими сторонами та узгодження корпоративної соціальної відповідальності із стратегією підприємства, проте кількість відповідальних практик збільшується, так само як взаємна зацікавленість бізнесу і місцевих органів влади у спільній роботі і вирішенні нагальних проблем територій [66; 67].

Перші емпіричні дослідження корпоративної соціальної відповідальності, проведені в Україні, розкривали лише окремі аспекти проблеми. Наприклад, дослідження, проведене у 2002 році за ініціативою представництва UNICEF в Україні Благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», передбачало вивчення стану благодійної діяльності підприємств у восьми областях [88]. У цьому ж році Асоціація менеджерів Росії провела міжнародну дослідницьку роботу щодо ставлення до корпоративної соціальної відповідальності у п'яти країнах, у тому числі і в Україні. У 2004 році Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні разом з Центром інновацій та розвитку та Українським жіночим фондом також вивчали стан благодійної діяльності в українському бізнесі. Дослідження Карпатського фонду в Україні було присвячене вивченню проблем, перешкод та стимулів, які впливають на

впровадження корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємств. Ці дослідження ставили перед собою мету встановити рівень розуміння і поширення ідеї корпоративної соціальної відповідальності в Україні, визначити ставлення українського бізнесу до соціально-відповідальної діяльності, створити умови для поширення концепції корпоративної соціальної відповідальності у практичну діяльність компаній.

Пізніше ціла низка українських дослідників і громадських організацій провели вивчення особливостей втілення ідей корпоративної соціальної відповідальності у бізнес-практику вітчизняних компаній: зокрема, щодо благодійної діяльності [126], особливостей розвитку корпоративної соціальної відповідальності серед малих та середніх підприємств, регіональних і галузевих особливостей розвитку корпоративної соціальної відповідальності [2;3], організації діалогу із стейкхолдерами [38].

Перше комплексне соціологічне дослідження під назвою «Соціальна відповідальність українського бізнесу» було проведено за ініціативи системи Організації Об'єднаних Націй в Україні у 2005 році і включало вивчення такого комплексу питань як розуміння та ставлення українських підприємств до корпоративної соціальної відповідальності, практика соціальної відповідальності, соціальна відповідальність і стратегія компанії, основні партнери у розвитку соціальної відповідальності, стимули і перешкоди на шляху розвитку соціальної відповідальності, перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності, характеристики компаній, які впроваджують соціальну відповідальність у свою діяльність. Наведений нижче аналіз і висновки ґрунтуються на результатах дослідження «Соціальна відповідальність українського бізнесу».

Згідно цього дослідження, рівень поінформованості про поняття «соціальна відповідальність» серед представників бізнесу в Україні є достатньо високим: 78,1% – знають, 21,9% – ні. Серед поінформованих кількість малих, середніх та великих підприємств приблизно однакова. У галузевому розрізі

найменша поінформованість – серед підприємств транспорту (52,9%) та підприємств з надання побутових і комунальних послуг (57,5%), найбільша – серед компаній з надання фінансових послуг (94%), виробництва промислових товарів (84,5%) і підприємств сфери торгівлі (83,2%). Мають місце значні відмінності у регіональному рівні поінформованості щодо соціальної відповідальності: у Києві та області цей показник становить 90,7%, у Львові та області – 62,9%, а у Донецьку та області – 61,5% [2].

Щодо розуміння сутності соціальної відповідальності бізнесу, то дослідження показало, що, на відміну від усталеної думки про асоціацію корпоративної соціальної відповідальності з доброчинністю, насправді компанії акцентують увагу на соціальних програмах для персоналу та споживачів. Так, більшість респондентів вказали, що розуміють корпоративну соціальну відповідальність як запровадження соціальних програм щодо поліпшення умов праці найманого персоналу (65,5%), розвиток і навчання персоналу (63,2%), благодійну допомогу (56%), етичне ставлення до споживачів (49,5%). Лише близько третини компаній приділяють увагу програмам місцевого розвитку та екологічним проектам. Відкритість діяльності компаній та здійснення політики дотримання прав акціонерів та інвесторів залишається на вкрай низькому рівні (близько 20%).

Ставлення українських компаній до проблеми корпоративної соціальної відповідальності демонструє, що абсолютна більшість підприємств схильна покладати турботу про суспільство на державу, а свою участь у вирішенні соціальних проблем вбачає лише в одержанні прибутку і сплаті податків. З такою постановкою питання згодні 48,8% опитаних підприємств, що може свідчити як про недостатність розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, так і про невдоволення у суспільстві роботою державних служб, їх недостатню ефективність у вирішенні екологічних і соціальних проблем.

За даними дослідження три чверті українських підприємств здійснюють соціально-відповідальну діяльність. Визначальним фактором залучення підприємства до соціальної відповідальності є його розмір – серед великих підприємств 98,3% здійснюють заходи корпоративної соціальної відповідальності, серед малих і середніх - 75,2% та 81,7% відповідно. Наявність позитивної результативності від соціально-відповідальної діяльності, що проявляється у покращенні репутації і укріпленні позитивного іміджу, відмітили 77,8% підприємств. Також підприємства, які здійснюють соціально-відповідальну діяльність, відзначили покращення лояльності працівників до компанії. Значна кількість респондентів у якості позитивного ефекту корпоративної соціальної відповідальності діяльності відмітили корисність таких програм для суспільства та їх позитивний вплив на бізнес-показники компанії.

Українські компанії по-різному ставляться до оприлюднення інформації про свою відповідальну діяльність. Так, лише 30% підприємств завжди бажають, щоб при висвітленні соціально-відповідальних заходів обов'язково зазначалась назва їх підприємства, а 50% вважають, що відкритість інформації про підприємство-організатора соціально-відповідальної діяльності є доречним лише у окремих випадках. Натомість 20% підприємств завжди уникають згадування назви їх компанії при висвітленні соціально-відповідальних заходів у засобах масової інформації. З числа компаній, які є категорично проти публічності інформації про свою участь у соціально-відповідальній діяльності майже 65% вважають, що підвищення іміджу компанії за рахунок оприлюднення інформації про проведення соціально-відповідальних заходів є неприпустимим, 21% підприємств зазначили, що така непублічність є частиною політики компанії. А майже 13% підприємств приховують інформацію про свою соціально-відповідальну діяльність від громадськості з метою фінансової безпеки [2].

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

Наявність фінансових труднощів та відсутність національного законодавства у сфері управління корпоративною соціальною відповідальністю є найбільшими перешкодами у розвитку соціальної відповідальності бізнесу. При цьому відсутність відповідного законодавчого регулювання є більш актуальним для великих підприємств, а відсутність необхідних фінансових ресурсів – для малих і середніх. За секторами економіки серйозних розбіжностей щодо перешкод для здійснення соціально-відповідальної діяльності не спостерігається.

Суттєвими стимулами для розвитку соціально-відповідальної діяльності, з точки зору підприємств, могло б бути зниження оподаткування для компаній,

які здійснюють соціально-відповідальну діяльність, та зниження адміністративного тиску з боку місцевих органів влади. Також вагомими чинниками активізації соціально-відповідальної діяльності могли б стати обґрунтовані пропозиції від місцевих органів влади та наявність регіонального банку соціальних програм. Зацікавленість підприємств у одержанні пропозицій від місцевих органів влади щодо напрямів здійснення соціально-відповідальної діяльності в регіоні свідчить про наявність потенціалу до покращення співробітництва у цьому напрямі. У розрізі секторів економіки зниження податкового тиску є найбільш актуальним для підприємств сільського господарства і агропромислового комплексу (82,2%), транспорту (83,6%) і зв'язку (82,9%) [2]. Три чверті підприємств вважають, що держава має реалізовувати мотиваційну модель співпраці з підприємствами у сфері корпоративної соціальної відповідальності, тобто держава повинна контролювати податкову дисципліну в процесі збору надходжень, за рахунок яких будуть фінансуватись соціальні витрати, а також стимулювати підприємства розширювати соціально-відповідальну діяльність.

Результати опитувань свідчать, що розуміння соціальної відповідальності підприємствами має певні розбіжності. Так, більшість учасників опитування (71%) відмітили, що впроваджують заходи із захисту прав людини, 58% - заходи із соціального залучення та соціального розвитку; також актуальними напрямками здійснення соціально-відповідальної діяльності серед вітчизняних підприємств є впровадження організаційного управління (45%), вирішення екологічних питань у регіоні (48%), здійснення трудових практик (46,5%), проведення заходів із захисту прав споживачів (43%), а також впровадження практик чесного ведення бізнесу (40,5%). Важливо, що 85% опитаних підприємств стверджують, що корпоративна соціальна відповідальність має стратегічне значення для підприємства, і переважна частина опитаних реалізує таку політику починаючи з 2005 р. [56].

Важливим аспектом розвитку соціальної відповідальності бізнесу є побудова діалогу із зацікавленими сторонами. Як свідчить практика, найчастіше компанії схильні підтримувати тих стейкхолдерів, з яким належать до однієї і тієї ж групи. Організація взаємодії із зацікавленими сторонами стримується цілою низкою причин, серед яких доцільно виділити наступні:

- соціально-економічні перешкоди, перш за все, корупція як складова взаємовідносин між підприємствами, а також між підприємствами і органами влади та місцевого самоврядування;

- політичні чинники, такі як нестабільність влади, недосконалість законодавства і загроза постійних змін у ньому;

- недовіра, яка існує між групами стейкхолдерів, у сфері прийняття рішень і реалізації спільних рішень;

- небажання співпрацювати, шукати взаємовигідні способи розв'язання проблем усередині групи стейкхолдерів та між групами зацікавлених сторін;

- відсутність єдиного розуміння соціальної відповідальності бізнесу в суспільстві та в різних групах стейкхолдерів, а також недостатня поінформованість про чесні практики та їх значення для сталого розвитку підприємств;

- відсутність підтримки соціально-відповідального бізнесу з боку держави та місцевих органів влади і самоврядування.

Діалог із стейкхолдерами може бути побудовано у різних формах, але найбільш прийнятними є створення робочих груп для вирішення нагальних питань і реалізації спільних проєктів; організація круглих столів, робочих зустрічей для обговорення питань співпраці та пошуку спільних рішень; участь представників різних груп стейкхолдерів у роботі комісій, громадських і координаційних рад, створюваних при органах місцевої влади і самоврядування.

Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності в Україні ускладнюється тим, що складання соціальних звітів є обов'язковим, єдиний

стандарт відсутній, відповідно, такі звіти складає незначна кількість підприємств, а інформація, яка містить у таких звітах, часто не дозволяє проводити порівняльний аналіз рівня соціальної відповідальності різних підприємств.

Разом з тим у світі має місце широке впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльність організацій, при цьому акцент робиться на сегменті малих і середніх підприємств як більш чисельному і менш залученому до соціально-відповідальних практик. Найбільш популярними практиками соціально-відповідальної діяльності українських підприємств є: відносини з місцевими громадами, відносини з найманими працівниками, корпоративна соціальна відповідальність як частина корпоративного управління, вплив на навколишнє середовище, прозоре та чесне ведення бізнесу [8].

Основна частина підприємств (56,5%) вважають соціальну відповідальність основним інструментом реалізації соціальних програм організації щодо поліпшення умов праці персоналу, майже чверть підприємств (24,8%) наголошують на важливій ролі соціальної відповідальності у формуванні репутаційного капіталу компанії у середньостроковому періоді, 10% вважають корпоративну соціальну відповідальність інструментом запобігання ризику заподіяння шкоди стейкхолдерам і лише 8,7% розуміють стратегічну спрямованість соціальної відповідальності і її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства [140]. Також більшість топ-менеджерів вітчизняних підприємств вважають, що вирішення соціальних проблем є сферою компетенції органів державної і місцевої влади, а основним обов'язком підприємств є одержання прибутку.

Недостатній рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні пояснюється наявністю низки стримуючих факторів, таких як нестача фінансових ресурсів, недосконалість чинного законодавства у сфері соціальної відповідальності бізнесу, складність визначення економічного ефекту від соціально-відповідальної діяльності, відсутність належних

стимулів розвитку соціальної відповідальності. Ступінь впливу цих факторів на підприємствах різних розмірів має певні відмінності: для малих підприємств найбільшим стримуючим фактором є недосконале вітчизняне законодавство, для середніх і великих – нестача фінансових ресурсів.

На основі узагальнення результатів досліджень вітчизняних вчених вважаємо, що усі чинники впливу на розвиток корпоративної соціальної відповідальності слід класифікувати на зовнішні та внутрішні щодо підприємства (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Фактори розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Джерело: розроблено автором

Зовнішні чинники відображають наявність та вплив важливих екзогенних факторів імплементації корпоративної соціальної

відповідальності у діяльність підприємства і його включають такі чинники як національна політика у сфері корпоративної соціальної відповідальності, нормативне забезпечення інституту корпоративної соціальної відповідальності, рівень корупції у державі, мотивація до співпраці у сфері корпоративної соціальної відповідальності у державних та місцевих органах влади, рівень довіри у суспільстві, наявність у суспільстві єдиного розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності та її значення, сприятлива податкова політика та ін.

У свою чергу внутрішні чинники представлені організаційними і особистісними та відображають потенційну здатність підприємства впроваджувати соціальну відповідальність у свою діяльність. Організаційні фактори включають наявні управлінські традиції, особливості стратегічної мети підприємства та ступінь інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у стратегію діяльності підприємств, розмір підприємства та рівень його фінансових можливостей щодо фінансування корпоративної соціальної відповідальності, технологічні та галузеві особливості, наявність фахівця або структури для управління соціально-відповідальною діяльністю, складність визначення економічного та соціального ефекту від соціально-відповідальної діяльності. Організаційні фактори становлять внутрішній базис, на основі якого здійснюється формування соціальної відповідальності підприємства. Якісні характеристики соціальної відповідальності бізнесу будуть залежати від особистісних факторів: особистої мотивації керівників і персоналу підприємства, рівня етичності менеджерів, досвіду роботи керівників, досвіду роботи і рівня кваліфікації менеджерів з корпоративної соціальної відповідальності [79].

Вагомим фактором, який впливає на прийняття рішення щодо започаткування діяльності у сфері корпоративної соціальної відповідальності є розмір компанії. І у цьому сенсі великі компанії мають значну перевагу над малими, тому «впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу

є привілеєм великих диверсифікованих компаній [140]. Така ситуація мала місце впродовж тривалого проміжку часу, проте сучасне бачення корпоративної соціальної відповідальності дає можливість підприємствам усіх організаційних форм і розмірів долучитись до впровадження соціально-відповідальних практик. Адже напрями і форми соціально-відповідальної діяльності у сучасному світі є настільки різноманітними, що кожне підприємство, незважаючи на свій розмір і обсяг наявних фінансових ресурсів, може знайти прийнятний для себе спосіб соціально-відповідального ведення бізнесу. Звичайно, масштабні проекти можуть бути здійснені тільки великими компаніями, але роль малих і середніх підприємств щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності також не слід недооцінювати.

Перспективними заходами, які можуть стимулювати розвиток соціально-відповідальної діяльності серед українських підприємств, є наступні: запровадження податкових пільг, зменшення адміністративного та регуляторного тиску на суб'єктів бізнесу, а також залучення підприємств до реалізації соціальних та екологічних проектів місцевого розвитку.

Одним з найважливіших чинників залучення підприємства до соціально-відповідальної діяльності є наявність необхідних фінансових ресурсів. На цій проблемі акцентують увагу не тільки вітчизняні, але й зарубіжні науковці. Нестача фінансових ресурсів також пояснює тенденцію, згідно якої зі збільшенням розміру підприємства зростає його активність щодо розвитку соціальної відповідальності бізнесу [28; 156; 157; 195; 208; 210; 214]. Тому для розуміння проблем із впровадженням соціальної відповідальності у стратегічну і операційну діяльність підприємств потрібно оцінити фінансовий стан підприємств, зокрема, такі показники як фінансовий результат; відсоток підприємств, які одержали прибуток; фінансовий результат підприємств, які одержали прибуток; рівень рентабельності операційної діяльності підприємств (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Фінансові результати підприємств до оподаткування у 2011 – 2016**рр., млн. грн.**

Показники	2011 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2011 р., +/-
Фінансовий результат (сальдо)	122210,0	29283,2	-523587,0	-340100,3	-22201,5	-100008,5
Підприємства, які одержали прибуток (у % до загальної кількості)	65,1	65,9	66,3	73,7	73,4	8,3
Фінансовий результат підприємств, які одержали прибуток	272726,2	234513,7	334517,3	475201,8	523759,4	251033,2
Підприємства, які одержали збиток (у % до загальної кількості)	34,9	34,1	33,7	26,3	26,6	-8,3
Фінансовий результат підприємств, які одержали збиток	-150516,2	-205230,5	858104,3	-815302,1	-545960,9	395444,7

Джерело: складено автором за [134; 135; 136; 137]

Фінансові можливості підприємств протягом 2011-2016 рр. суттєво зменшились, що погіршує перспективи впровадження корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємств. Так, якщо до 2012р. відбувалось зростання обсягу фінансового результату до оподаткування, то у 2014-2016 рр. підприємства в цілому отримали від'ємний результат. При цьому відсоток прибуткових підприємств в основному зростає, а обсяг одержуваного прибутку зменшується, що означає, що частка прибуткових підприємств є більшою серед малих, середніх та мікропідприємств. Незначний розмір одержуваного прибутку в розрахунку на одне підприємство не створює достатніх умов для фінансування малими, середніми та мікропідприємствами витрат, пов'язаних із соціально-відповідальним веденням бізнесу. Тому доцільно очікувати, що у найближчі роки соціально-відповідальна діяльність буде розвиватись за рахунок великих підприємств, які мають фінансові можливості для впровадження

масштабних соціальних програм та інтегрують свою корпоративну соціальну відповідальність у стратегію діяльності компанії [68; 80].

Найважливішими показниками рівня корпоративної соціальної відповідальності є заробітна плата, обсяг сплачених податків, витрати на благодійність, екологічні платежі та обсяг витрат на науково-технічні роботи [160]. Запропоновані показники є дійсно інформативними для визначення рівня соціальної відповідальності підприємств на регіональному чи загальнодержавному рівні, проте вважаємо, що цей перелік потребує деякого уточнення. Зокрема, замість показника «заробітна плата» більш доцільно використовувати показник «витрати на персонал», який більш повно відображає витрати підприємства на найманих працівників, так як включає ще й витрати на соціальні заходи. Також замість показника «обсяг сплачених податків» більш доцільно використовувати показник «податок на прибуток», який відображає, перш за все, ефективність діяльності підприємства і економічну складову соціальної відповідальності бізнесу – ефективно використовувати ресурси і одержувати прибуток. А обсяг сплачених податків як показник такої інформації не дає і, разом з тим, включає у себе податки, які абсолютно не характеризують ефективність діяльності, наприклад податок із додатної вартості або акцизний збір. Враховуючи це, пропонуємо проводити аналіз рівня соціальної відповідальності бізнесу на мезо- і макрорівні на основі таких показників: витрати на персонал, витрати на виконання науково-технічних робіт, екологічні платежі, витрат на благодійність, податок на прибуток.

За даними Державної служби статистики України, показники діяльності суб'єктів господарювання, пов'язані із соціальною відповідальністю, мають, в основному, тенденцію до зростання (табл. 2.2).

Так, витрати на науково-технічні роботи зросли на 27%, витрати на персонал – на 24%, екологічні платежі – також на 24%. Найвищі темпи зростання були у обсягах витрат на благодійність – більш, ніж у 2,5 рази у порівнянні з 2011 р. Негативні тенденції відбуваються лише у динаміці

обсягу податку на прибуток, який мав хорошу тенденцію до зростання у 2011-2012 рр., але у 2014-2015 рр. різко знизився.

Таблиця 2.2

Показники діяльності суб'єктів господарювання, пов'язані із корпоративною соціальною відповідальністю, млн. грн.

Показники	2011 р.	2013 р.	2015 р.	2015 р. до 2011 р., разів
Витрати на персонал	315382,3	378223,2	392558,1	1,24
Витрати на науково-технічні роботи	9365,0	10890,9	11884,0	1,27
Екологічні платежі	1957,6	2753,3	2434,4	1,24
Витрати на благодійність	695,8	653,9	1903,0	2,74
Податок на прибуток	55097,0	54993,8	39053,2	0,71

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [39; 40; 43; 44; 145; 146; 147]

Витрати на персонал у розрізі суб'єктів господарювання за розміром мають відмінності як у абсолютному, так і відносному вимірі (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Витрати на персонал суб'єктів господарювання за їх розміром

Показник	2011 р.	2013 р.	2015 р.	2015 р. до 2011 р., +/-
Витрати на персонал, млн. грн.	315382,3	378223,2	392558,1	77175,8
У т. ч. великі підприємства, млн. грн.	144033,8	175677,8	161847,0	17813,2
% до загальних витрат на персонал	45,7	46,5	41,2	-4,5
в розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	58,8	73,7	83,0	24,2
У т.ч. середні підприємства, млн.грн.	121857,6	142278,9	167457,6	45600
% до загальних витрат на персонал	38,6	37,6	42,7	4,1
в розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	37,5	47,2	66,6	29,1
У т. ч. малі підприємства, млн. грн.	49490,9	60266,5	63253,5	13762,6
% до загальних витрат на персонал	15,7	15,9	16,1	0,4
в розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	23,7	30,0	40,3	16,6
З них мікро- підприємства, млн. грн.	16078,5	21403,6	20914,4	4835,9
% до загальних витрат на персонал	5,1	5,7	5,3	0,2
в розрахунку на 1 зайнятого працівника, тис. грн.	20,4	26,9	30,0	9,6

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [41; 42]

Загальною тенденцією є зростання витрат на персонал у підприємств усіх розмірів як у загальній сумі, так і в розрахунку на одного працівника. Із зменшенням розміру підприємства темп зростання витрат на персонал у абсолютній сумі та в розрахунку на одного працівника зростає. Тобто, малі і мікропідприємства протягом останнього п'ятирічного періоду нарощували витрати на персонал більшими темпами, ніж великі і середні підприємства.

Обсяг витрат на персонал у загальній сумі є більшим на великих підприємствах, ці витрати складають близько 45% загальних витрат на персонал суб'єктів господарювання. Хоча темп зростання витрат на персонал в розрахунку на 1 працівника на великих підприємствах є найнижчим, проте цей показник за своїм значенням залишається найбільшим серед підприємств усіх розмірів.

Так, станом на 2015 р. великі підприємства витрачали в розрахунку на одного працівника 83,0 тис. грн. на рік, що у 1,2 рази перевищує аналогічний показник на середніх підприємствах, у 2,1 – на малих і у 2,8 рази – на мікропідприємствах. У 2011 р. перевищення витрат на персонал на великих підприємствах у порівнянні із середніми, малими та мікропідприємствами складало відповідно 1,6; 2,5 та 2,9 рази, що свідчить про поступове, але повільне зменшення розриву у фінансуванні витрат на персонал як основної складової витрат на корпоративну соціальну відповідальність суб'єктами господарювання різних розмірів.

Очевидно, що великі підприємства мають кращі фінансові можливості щодо надання найманим працівниками соціальних гарантій і соціального пакету, здійснення виплат понад основну заробітну плату, які враховують рівень освіти, компетенцій і досягнень персоналу. Проте малі і мікропідприємства також поступово намагаються забезпечити гідний рівень винагороди за найману працю.

Вважаємо, що важливим показником рівня соціальної відповідальності підприємства перед працівниками є наявність і дієвість таких внутрішньо

організаційних документів як колективний договір, положення про соціальну політику, положення про мотивацію праці та ін. Два останні документи укладаються підприємством добровільно і у довільній формі, а органи статистики не збирають інформацію про їх наявність на підприємстві. Колективний договір як інструмент регулювання соціально-трудоких відносин всередині організації є об'єктом регулювання на міжнародному і національному рівні, а також з боку професійних асоціацій та внутрішніх норм самого підприємства. Незважаючи на це, значна частина підприємств і найманих працівників залишаються неохопленими колективними договорами (рис. 2.2).

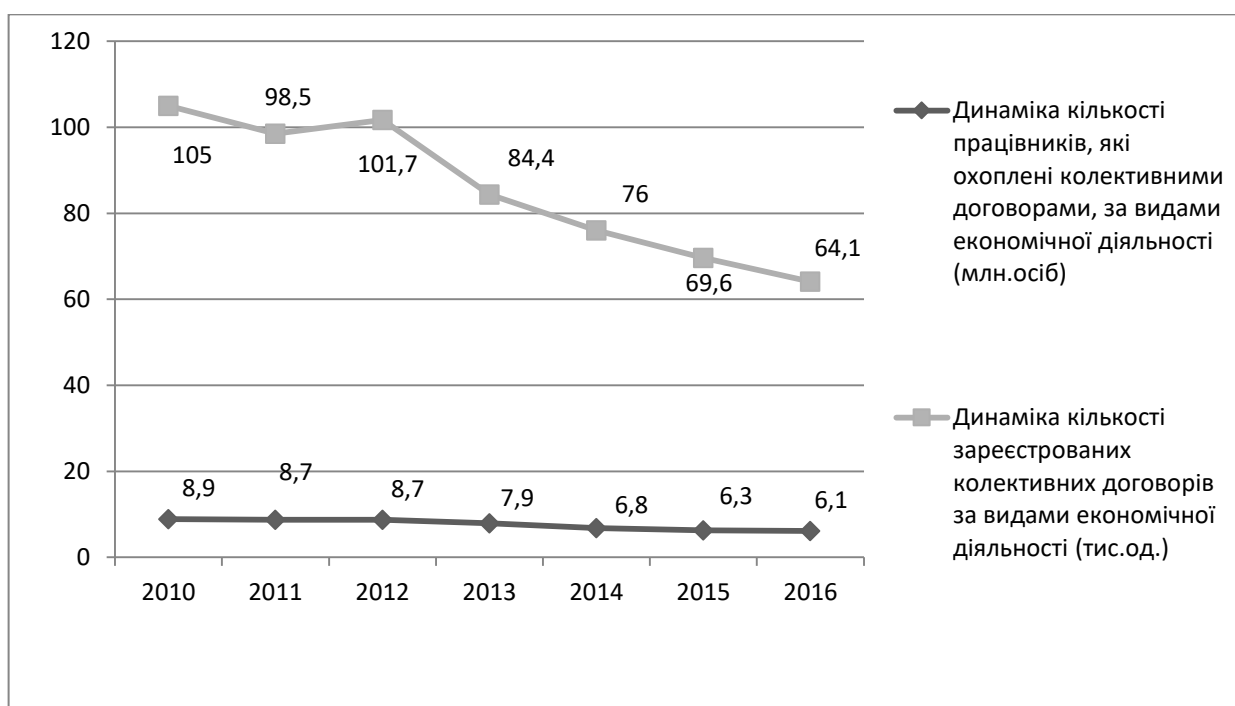


Рис. 2.2. Динаміка чисельності працівників, охоплених колективними договорами у 2010-2016 рр.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [145; 146; 147]

За даними Державної служби статистики України станом на кінець 2016 р. було укладено 64 тис. колективних договорів, якими було охоплено 6,1 млн. найманих працівників, що склало 75,9% штатних працівників, що

близький до показників країн Європейського союзу. Проте, при більш детальному розгляді, оцінка стану укладання колективних договорів та їх динаміка значно погіршуються (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Стан укладання колективних договорів (кількість укладених та зареєстрованих) в Україні за видами економічної діяльності, од.

Показник	2011 р.	2013 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2011 р., разів
Сільське, лісове та рибне господарство	7115	6535	4992	4784	0,67
Промисловість	10800	9329	6703	6095	0,56
Будівництво	3738	2867	1413	1195	0,32
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів	6889	4710	2799	2552	0,37
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	3834	3187	2121	1935	0,51
Тимчасове розміщування й організація харчування	1207	982	475	409	0,34
Фінансова та страхова діяльність	746	586	331	268	0,36
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	15337	13931	11485	9980	0,65
Освіта	26575	27817	25143	23721	0,89
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	6999	5457	4751	4541	0,65
Інші	15274	12885	9389	8678	0,57
Всього	98514	88286	69602	64158	0,65

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики

України [145; 146; 147]

У розрізі усіх видів економічної діяльності протягом 2011-2016 рр. спостерігається зменшення кількості укладених та зареєстрованих колективних договорів. Найменший темп спаду за цей період демонструє освіта; державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування; сільське, лісове та рибне господарство.

Динаміку показників охопленості найманих працівників колективними договорами в Україні у 2011-2016 рр. представлено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Кількість працівників, охоплених колективними договорами в Україні за видами економічної діяльності

Показник	2011 р.	2013 р.	2015 р.	2016 р.	2016 р. до 2011 р., +/-
Сільське, лісове та рибне господарство, тис. осіб	477,9	413,1	333,1	323,5	-154,4
% до облікової чисельності штатних працівників	83,9	80,6	75,7	75,1	-8,8
Промисловість, тис. осіб	2508,1	2344,9	1747,5	1645,3	-862,8
% до облікової чисельності штатних працівників	89,0	87,8	85,1	82,7	-6,3
Будівництво, тис. осіб	215,1	165,4	84,1	84,7	-130,4
% до облікової чисельності штатних працівників	66,9	59,7	48,9	51,2	-15,7
Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів, тис. осіб	409,1	370,9	239,6	273,9	-135,2
% до облікової чисельності штатних працівників	43,2	39,9	33,9	36,7	-6,5
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, тис. осіб	822,3	701,9	539,6	559,7	-262,6
% до облікової чисельності штатних працівників	88,0	85,5	82,0	82,3	-5,7
Тимчасове розміщування й організація харчування, тис. осіб	52,1	46,2	27,2	23,9	-28,2
% до облікової чисельності штатних працівників	50,3	45,2	37,7	37,7	-12,6
Фінансова та страхова діяльність, тис. осіб	186,5	199,4	118,6	112,1	-74,4
% до облікової чисельності штатних працівників	60,2	64,7	58,2	57,1	-3,1
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування, тис. осіб	498,2	500,1	390,1	381,1	-117,1
% до облікової чисельності штатних працівників	78,8	80,1	77,1	77,6	-1,2
Освіта, тис. осіб	1572,1	1610,7	1397,1	1334,5	-237,6
% до облікової чисельності штатних працівників	91,4	92,4	92,2	90,3	-1,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги, тис. осіб	1242,3	1180,3	962,6	927,9	-314,4
% до облікової чисельності штатних працівників	94,5	93,6	92,5	90,8	-3,7
Всього в Україні, тис. осіб	8766,5	8263,2	6343,3	6140,4	-2626,1
% до облікової чисельності штатних	81,6	79,8	77,3	75,9	-5,7

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики

України [145; 146; 147]

Аналіз стану укладання колективних договорів в Україні на підприємствах за різними видами економічної діяльності за показником частки працівників, охопленими колективними договорами, у граничних роках 2011-2016 рр. графічно представлено на рис. 2.3.

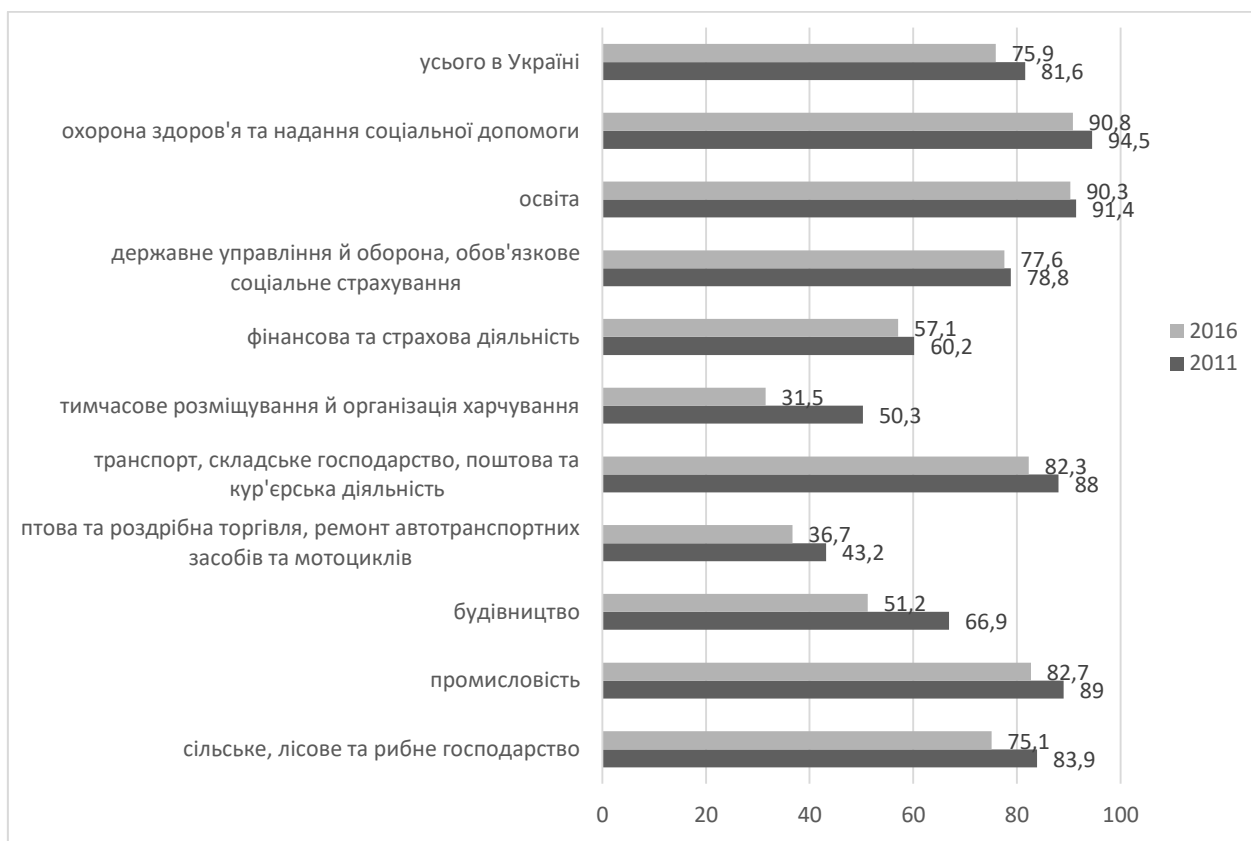


Рис. 2.3. Частка працівників, охоплених колективними договорами (у відсотках до облікової кількості штатних працівників), %

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [145; 146; 147]

Порівняльний аналіз частки працівників, охоплених колективними договорами, у розрізі видів економічної діяльності протягом 2011-2016 рр. показує найвищі показники - в освіті, охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги, найнижчі – у оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів та мотоциклів; тимчасовому розміщуванні й організації харчування.

Якщо врахувати, що станом на 2016 р. в Єдиному державному реєстрі підприємств і організацій України зареєстровано 1 159 892 тис. суб'єктів, на яких на умовах найму працюють 9330,2 тис. працівників, то показник рівня охоплення колективними договорами для підприємств буде складати 60,0%, а для найманих працівників – 75,9%, що є недостатньо високими показниками.

Розбіжність пояснюється вибіркоvim характером проведення спостережень і виключенням малих підприємств із вибірки, а сам факт наявності колективного договору не забезпечує дотримання його положень адміністрацією підприємства [52].

Отже, в абсолютному вимірі динаміка укладання колективних договорів має негативну динаміку як в цілому, так і за усіма видами економічної діяльності.

Аналіз розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні свідчить, що ця концепція поступово розвивається і стає важливою частиною діяльності суб'єктів господарювання різних розмірів і видів економічної діяльності. Зокрема, позитивною є динаміка зростання загального обсягу витрат на цілі соціальної відповідальності бізнесу, зростання витрат на персонал, у тому числі в розрахунку на одного найманого працівника, певне зростання частки витрат на корпоративну соціальну відповідальність у обсязі реалізації продукції. На жаль, більшість показників стану укладання колективних договорів мають від'ємну динаміку, але це зменшення не є значним, а за окремими видами економічної діяльності за останні п'ять років навіть спостерігається зростання цього показника. Хоча в цілому динаміка показників розвитку соціальної відповідальності не демонструє стрімкого зростання, але в умовах перманентної економічної та політичної кризи свідчить про позитивний розвиток соціальної відповідальності бізнесу у вітчизняному середовищі.

2.2. Характеристика інституційної структури корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Стан управління корпоративною соціальною відповідальністю на макрорівні відображається у розвитку її інституційної структури в цілому та кожного елемента, зокрема. З цією метою вважаємо за необхідне систематизувати уявлення про інституційну структуру, чітко окреслити це поняття щодо корпоративної соціальної відповідальності та дати характеристику інституційної структури корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Інституційна структура корпоративної соціальної відповідальності походить від трьох основних еволюційних форм: співвідношення приватної та публічної етики у комерційних питаннях, відповідальності підприємства перед найманими працівниками, власниками і партнерами, відповідальності бізнесу перед суспільством у культурній, освітній та екологічній сферах. Кожна із цих форм соціальної відповідальності породжує характерні інститути, які сприяють розвитку етики взаємодії бізнесу і суспільства, роблять ці взаємовідносини більш чіткими і прозорими: етико-правові інститути, інститути моніторингу, інститути благодійності (рис. 2.4).

Актуальність проблематики корпоративної соціальної відповідальності у сучасному суспільстві сприяє тому, що інституційна структура постійно удосконалюється і з'являються нові інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які краще відповідають сучасним соціально-економічним реаліям. В Україні поки присутні не усі складові інституційної структури корпоративної соціальної відповідальності, але поступово відбувається їх розвиток.



Рис. 2.4. Структуризація інститутів корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором

В Україні системне поширення ідей соціальної спрямованості і соціальної активності бізнесу було започатковано у 1996 р. Українською асоціацією якості (УАЯ) та Українською спілкою промисловців та підприємців (УСПП) одночасно з упровадженням концепцій TQM (Total Quality Management) і моделі EFQM (European Foundation for Quality Management). Концепціями і моделлю передбачено, що будь-яка компанія, яка прагне досконалості, має задовольняти всі зацікавлені сторони, демонструючи при цьому постійне довготермінове турботливе ставлення до споживачів, власного персоналу і суспільства, забезпечуючи охорону довкілля, здійснюючи благодійну діяльність та сприяючи сталому розвитку суспільства [34].

Взаємодія приватної та публічної етики у питаннях бізнесу сприяла створенню інститутів етико-правового характеру, які є базовою групою

інститутів. Зокрема, серед них слід виділити такі, як інститути управління екологічним ризиком, податкові інститути та інститути регулювання корпоративної поведінки.

Інститути управління екологічним ризиком утворюються з метою задоволення потреби в інституційній визначеності щодо відповідальності організацій щодо стейкхолдерів, на яких можуть вплинути результати екологічної господарської діяльності суб'єктів господарювання, спричинені ними екологічні аварії та катастрофи. Традиційними формами інститутів управління екологічним ризиком є екологічні податки за забруднення навколишнього середовища та штрафні санкції. Сучасними формами інститутів управління екологічним ризиком є екологічне страхування, екологічна звітність, заходи з енергозбереження.

Податкові інститути забезпечують потребу у стимулюючій функції, яка забезпечує надання певних пільг підприємцям, що роблять внесок у вирішення певних соціальних питань, та де стимулюючій функції, що обмежує підприємців щодо вияву негативних побічних ефектів економічної діяльності. Прикладами податкових інститутів є податкові пільги та диференційовані ставки податків.

Інститути корпоративної поведінки призначені для регулювання внутрішніх взаємовідносин в організаціях та взаємовідносин організації із зовнішнім середовищем. Але, на відміну від норм чинного законодавства, інститути корпоративної поведінки мають характер внутрішнього нормативного забезпечення діяльності суб'єктів господарювання, тобто є добровільними за своїм змістом. Прикладом інститутів корпоративної поведінки є етичні кодекси та етичні індекси.

Інституційні зміни, які мали місце у останні роки в країнах Євро та США призвели до появи нових інституційних інструментів регулювання корпоративної соціальної відповідальності, зокрема, публічної екологічної звітності, системи екологічного страхування та етичних індексів.

Данія була першою країною, яка у 1996 році запровадила вимогу обов'язкового складання зелених звітів для підприємств, діяльність яких пов'язана із високим рівнем екологічного ризику. Згідно із задумом розробників проекту складання таких зелених звітів, у них мають бути зафіксовані обсяги викидів забруднюючих речовин у біосферу. Метою складання зелених звітів є забезпечення доступу громадськості до екологічної інформації про діяльність підприємств. Паралельно із впровадженням екологічних звітів в європейських країнах почала діяти система екологічного страхування, а у Бельгії ця система навіть набула обов'язкового характеру. Екологічне страхування є ефективною системою відшкодування бізнесом збитків, заподіяних навколишньому середовищу, яка сприяє утримувannya підприємств від нанесення екологічною шкоди. Цей спосіб управління екологічним ризиком успішно застосовується у Бельгії, Нідерландах, Португалії, Швеції, Великій Британії та Україні. Екологічне страхування у науковій літературі визначається як страхування громадянсько-правової відповідальності за шкоду, нанесену майну, життю та здоров'ю третіх осіб в результаті забруднення навколишнього природного середовища, яке виникає в процесі здійснення будь-якого виду виробничої, торгівельної або транспортної діяльності [60]. Основними перевагами такого методу утвердження корпоративної соціальної відповідальності є наступні: страхування збитків від забруднення гарантує доступність страхових фондів для виплат третій стороні, яка є невинною і терпить збиток; екологічне страхування є вигідним для страхувальників, оскільки такий механізм забезпечує суттєве скорочення реальних затрат у випадку необхідності проводити компенсацію збитків за нанесення шкоди навколишньому середовищу; спільна зацікавленість страхувальника і страхової компанії сприяє підвищенню рівня екологічної надійності підприємств, так як розмір страхових ставок спонукає страхувальника підвищувати рівень екологічної безпеки, а страхові компанії, будучи зацікавленими у зниженні рівня екологічного ризику, проводять ряд

превентивних заходів, направлених на покращення моніторингу навколишнього середовища та екологічний аудит страхувальників [120, с.29].

Важлива роль у забезпеченні ресурсоефективного розвитку національної економіки належить рівню розвитку соціальної відповідальності бізнесу, зокрема, такої її складової як екологічна відповідальність. Питання тісного взаємозв'язку економічних та екологічних складових розвитку на національному та глобальному рівнях були обговорені у 1972 році на Конференції ООН у Стокгольмі, а програмний документ з питань навколишнього середовища і розвитку був прийнятий у 1992 році на Конференції ООН у Ріо-де-Жанейро [35]. Задекларована Конференцією ООН мета – розвиток справедливого партнерства на основі співробітництва, взаємної поваги інтересів і забезпечення захисту навколишнього середовища – стала основою формування політики економічного розвитку як на національному рівні, так і на рівні окремих одиниць бізнесу в усьому світі. На жаль, поширені у світі екологічні ініціативи у сфері корпоративної соціальної відповідальності, такі як участь у Глобальному договорі ООН, сертифікація за екологічними стандартами серії ISO, впровадження «Зеленого офісу» та інших хороших практик у сфері соціальної відповідальності не набули широкого розповсюдження серед українських підприємств. За даними досліджень, в Україні питанням соціальної відповідальності приділяють увагу трохи більше 50% підприємств, з них 48% - здійснюють раціональне використання природних ресурсів і турбуються про екологію [56, с.9].

Як свідчить практика провідних компаній України і світу, основою підвищення енергоефективності є введення в експлуатацію енергозберігаючого обладнання та вдосконалення механізмів контролю за енергозатратами в рамках загальної політики розвитку соціальної відповідальності підприємства [92, с.60]. На тлі відсутності в Україні офіційної статистики щодо результатів і результативності впровадження заходів екологічної відповідальності бізнесу важливу роль у поширенні цієї

ідеї серед підприємств і населення належить нефінансовій звітності підприємств та щорічним звітам про кращі корпоративної соціальної відповідальності практики. Так, за результатами звітності окремі компанії в Україні досягли значних результатів у підвищенні ресурсоефективності. Наприклад, ПАТ „Львівобленерго” на основі впровадження заходів з раціонального використання ресурсів у 2012-2013 роках досягло річної економії водоресурсів близько 16 тис. кубометрів, електроенергії – близько 325 тис. кВт/год., пального – 210 тис. літрів [127, с.46]. Значної економії за рахунок раціонального і повторного використання ресурсів було також досягнуто Медіахолдингом 1+1 [127, с.52-53] і корпорацією ДТЕК [92, с.62]. Більшість заходів, які були впроваджені зазначеними вище підприємствами, не потребують суттєвих фінансових витрат, а ґрунтуються на прогресивному соціально відповідальному мисленні керівників і власників компаній та ініціативі співробітників.

Етичні індекси за своєю суттю не є економічним інститутом, але за силою впливу на діяльність ринкових агентів є значно подібним до інституту, так як виконує роль стимулюючого знаку, дає сигнали, які спонукають до певного характеру дій. Етичні індекси дають сигнали для підприємців щодо ступеня етичності їх поведінки, а тому взаємодіє етичних індексів та етичних кодексів є очевидною. Найвідомішими етичними індексами є етичний індекс Доу–Джонса та індекс FTSE4GOOD, які мають як багато спільних, так і відмінних характеристик.

Міністерство Соціальних справ Данії у 2000 р. запровадило Соціальний індекс, який є оціночним інструментом для вимірювання ступеня соціальної відповідальності підприємства. Розрахунок індексу здійснюється на основі анкетування працівників компаній. Індекс призначається для інформування суспільства про рівень соціальної відповідальності щодо свої працівників та зовнішніх стейкхолдерів [143].

Етичний індекс Доу-Джонса попередньо планувався як індекс соціально відповідального інвестування. Але поняття соціально відповідального інвестування у США традиційно пов'язується з апартеїдом у Африці. Громадське ставлення до цього явища створило традицію бойкоту товарів і послуг компаній, які ведуть свій бізнес у Африці, а соціально відповідальні інвестори схильні виключати із складу своїх портфелів цінні папери таких компаній. Враховуючи можливість негативного громадського сприйняття індексу, призначеного для оцінювання соціально відповідального інвестування було прийнято рішення змінити підхід і зорієнтувати етичний індекс Доу-Джонса на оцінювання стійкого розвитку. На основі цього підходу був створений Груповий індекс стійкості Доу-Джонса, який одночасно враховує три аспекти стійкості: економічний, екологічний та соціальний. У етичному індексі Доу-Джонса ці три показники є добре збалансованими, внаслідок чого протягом короткого періоду часу індекс набув широкого практичного застосування, переконуючи фахівців приймати до уваги не тільки фінансові, але не фінансові дані, які впливають на імідж компанії з точки зору громадськості.

На відміну від індекса Доу-Джонса, індекс FTSE4GOOD ґрунтується на інших концептуальних засадах і є більш розширеним. Базовими критеріями індексу FTSE4GOOD є відкрита політика компанії, система управління охороною навколишнього середовища, а також звітність компанії щодо виконання цих критеріїв [120, с. 32-33].

Побудова індексу. Вважаємо, що для побудови етичного індексу в країні можна взяти модель FTSE4GOOD, яка передбачає наявність трьох рівнів, що дозволить оцінити рівень соціальної відповідальності з урахуванням зростання вимог: від рівня виконання норм звичайної ділової етики до проявів соціально відповідального інвестування. Першому, початковому, рівню індексу, найкраще відповідатиме дисциплінарний аспект, що передбачає оцінку інформації про діяльність компанії з боку різноманітних

інституцій (банків, аудиторських компаній, державних служб, засобів масової інформації тощо). На другому рівні повинна здійснюватись оцінка рівня внутрішньо корпоративної етики на основі аналізу змісту кодексів корпоративного поведінки та етичних кодексів, а також стану дотримання задекларованих у них норм. На третьому рівні необхідно здійснювати аналіз виконання завдань соціально відповідального інвестування, в тому числі інвестування у людський капітал, розвиток культурних і освітніх програм, впровадження екологічних проектів та проектів розвитку місцевих громад.

Інститути моніторингу. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу потребує наявності і чіткого функціонування особливих інститутів постійного контролю за діяльністю підприємства. Інститути моніторингу є незамінним інструментом контролю за різними сферами управління організації: маркетингом, фінансами, людськими ресурсами, інноваціями, екологічною діяльністю тощо. За своєю суттю такі інститути можуть бути як інтровертивними, так і екстравертивними. Наприклад, компанія «Дженерал моторз» у 1960-х рр. створила раду директорів, яка здійснювала моніторинг забезпечення відповідальності бізнесу організації суспільним інтересам [184; с. 32-33, 122-126]. Прикладів екстравертивних інститутів можна навести достатньо багато.

У кожній країні існує низка державних інституцій, завданнями яких є моніторинг певних напрямів діяльності підприємств, у тому числі їх соціально-етичних аспектів (наприклад, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України (НКЦПФР), яка, у складі інших завдань, опікується впровадженням Кодексів корпоративного управління). Так, НКЦПФР у 2014 р. прийняла рішення «Про затвердження Принципів корпоративного управління» [130]. Цей документ розроблений з метою поступового наближення українського законодавства до правил та рекомендацій Європейського Союзу та враховує Принципи корпоративного управління ОЕСР (Організації економічного співробітництва та розвитку. У

документі зазначається, що корпоративне управління представляє собою систему відносин між виконавчим органом товариства, його радою, акціонерами та іншими зацікавленими особами [150]. В документі запропоновано акціонерним товариствам України ухвалювати власні Кодекси корпоративного управління – документ, в якому буде викладено ставлення власників та керівництва компанії до сфери корпоративного управління, до основних проблем корпоративного управління і методів їхнього розв'язання в компанії тощо.

Інститути благодійності. Інститути благодійності покликані реалізовувати філантропічний аспект соціальної відповідальності бізнесу. У країнах з розвиненою економікою інститути благодійності є достатньо поширеними і представлені різного роду опікунськими організаціями у сфері культури і освіти, сімейними та корпоративними благодійними фондами. В Україні, як і в інших країнах колишнього СРСР, такі інститути ще не набули широкого поширення, а філантропічна складова соціальної відповідальності реалізується через спонсорську підтримку, тобто немає системного і стратегічного характеру.

У Національному рейтингу благодійників в Україні у 2016 р. взяли участь 74 благодійних фонди та організації, що в 2,5 разів більше ніж у 2013 р. Протягом 2015 р. учасники рейтингу витратили на благодійність 790,9 млн. грн.

За даними Державної фіскальної служби України всього благодійні витрати у 2015 р. склали 9 378,32 млн. грн., що були відзвітовані 9196 благодійними організаціями та фондами. Таким чином, у Національному рейтингу благодійників у 2016 р. взяли участь лише 0,8% від тих благодійних фондів та організацій. Їхні спільні витрати склали 8,4% від усіх витрат на благодійність.

Серед 74 благодійних фондів та організацій, що взяли участь у рейтингу, відбувся такий розподіл: витрачений бюджет до 1 млн. грн — 21 організація

(28%); витрачений бюджет від 1 до 10 млн. грн. — 37 організацій (50%); витрачений бюджет понад 10 млн. грн. — 16 організацій (22%). За сферами надання благодійної допомоги учасниками рейтингу найбільше коштів було спрямовано на: соціальний захист — 427,3 млн. грн. (59%); охорону здоров'я — 108,2 млн. грн. (15%); економічний розвиток — 60,5 млн. грн. (8%) та допомогу армії — 50,1 млн. грн. (7%). Основну частку благодійного бюджету формують великі фонди [114]:

- 21 організацій із бюджетом до 1 млн грн. витратили на благодійність майже 7 млн. грн.;

- 37 організацій із бюджетом від 1 до 10 млн. грн. витратили на благодійність понад 156 млн. грн.;

- 16 організацій із бюджетом понад 10 млн. грн. витратили на благодійність понад 622 млн. грн.

Органи місцевого самоврядування розглядаються компаніями як найбільше джерело ідей у сфері корпоративної соціальної відповідальності (23%) та найбільший зовнішній партнер в розвитку корпоративної соціальної відповідальності програм (31%). Найвищий рівень співпраці з місцевими органами самоврядування демонструють великі компанії (49,1%), для середніх і малих така співпраця є менш характерною (43,7% та 29,8% відповідно). Майже половина малих підприємств зазначила, що їм відомі випадки «примусової співпраці» з органами місцевого самоврядування у питання корпоративної соціальної відповідальності [2].

Соціальна відповідальність бізнесу поступово стає важливою складовою стратегічного управління корпораціями в Україні. Але у більшості випадків соціально відповідальна активність останніх обмежується благодійництвом та філантропією, а обсяги соціальних інвестицій поступово скорочуються (на 30% у 2009 р. у порівнянні з попередніми роками) [13]. Також важливими тенденціями у розвитку соціальної відповідальності корпоративного сектору України є недостатня оцінка рівня важливості

соціальної відповідальності як фактора формування конкурентних переваг, а також звужене впровадження соціальної відповідальності у практику корпоративного управління, що відображається у дотриманні лише обов'язкових норм [13].

На думку дослідника Л.А. Грициної, соціально-відповідальний підхід у діяльності підприємств України тільки починає розвиватись, а тому для нього характерним є певний суб'єктивізм, несистемність та вузька спрямованість проявів [33]. Ці фактори підсилюються наявністю надмірного адміністративного і податкового тиску, недостатнім розвитком фіскального стимулюючого механізму та відсутністю державної інституції, яка б виконувала функції стандартизації та регулювання соціальної відповідальності бізнесу. У результаті поширення практики соціальної відповідальної діяльності на вітчизняних підприємствах гальмується.

Дослідник О.Ю. Березіна вважає, що основними проблемами, які ускладнюють розвиток інституту соціальної відповідальності у корпоративному секторі є: відсутність єдиної термінології СВК; однобічне розуміння концепції і питань, які охоплює СВК; розуміння СВК в контексті бізнес-організації, що не відповідає новому стандарту ISO 26000; відсутність концепції розвитку соціальної відповідальності корпорацій в Україні та узгодженості дій між різними організаціями; недосконалість нормативно-правової бази та податкового законодавства; низький рівень сприйняття соціальної відповідальності вищою управлінською ланкою більшості суб'єктів господарювання [13].

У відповідності до стандарту МОП щодо соціальної відповідальності «SA 8000», стандарти рівня життя є однією з двох груп стандартів. Виконання цих стандартів в Україні є вкрай незадовільним: попри достатньо високий рівень інтелектуального потенціалу, наявність кваліфікованих людських ресурсів і широкої мережі наукових закладів соціально-економічний розвиток залишається низьким, а рівень життя громадян

знижується [21]. Цьому сприяють зростання темпів інфляції, зменшення платоспроможного попиту населення, порушення цінового паритету, погіршення макроекономічних показників.

В Україні на макроекономічному рівні відсутній єдиний механізм оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу, а на рівні підприємств така оцінка здійснюється кожним суб'єктом підприємництва окремо на основі власних методик та методик, запропонованих вітчизняними або зарубіжними організаціями сфері корпоративної соціальної відповідальності. Необхідність запровадження єдиного механізму оцінювання соціальної відповідальності бізнесу на державному рівні очевидна, так як це дасть можливість одержати систематизовану інформацію про якісно-кількісні параметри процесів, які відбуваються у сфері соціальної відповідальності підприємств, а також дасть можливість класифікувати цю інформацію за регіональною та галузевою ознакою, створити необхідну інформаційну базу для розробки і постійного вдосконалення національної політики соціальної відповідальності бізнесу. Крім того, існує нагальна потреба у розробці механізму оцінювання корпоративної соціальної відповідальності на макrorівні та створенні прозорої системи представлення цієї інформації на інтернет-сайтах самих підприємств, галузевих сайтах або галузевих громадських організацій. Такий підхід дасть можливість підприємствам проводити оцінку корпоративної соціальної відповідальності на єдиних засадах, забезпечить можливість проведення бенчмаркінгу рівня соціальної відповідальності бізнесу, визначення найкращих практик і найкращих підприємств у галузі або у територіальному аспекті.

У цілому серед відомих методик можна виділити наступні: 1) розрахунок інтегрального показника рівня корпоративної соціальної відповідальності; 2) визначення часткових показників в розрізі груп стейкхолдерів; 3) розрахунок часткових показників у розрізі сфер соціальної відповідальності; 4) оцінки ефективності заходів соціальної відповідальності.

Згідно першого методичного підходу система оцінювання рівня соціальної відповідальності може мати наступний вигляд (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Теоретико-методичні засади оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємства

Джерело: доповнено автором на основі [89]

Дослідник А.С. Коноваленко визначає такі принципи оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності для малих і середніх підприємств: вибірковості, порівнянності, обґрунтованості, урахування загальних умов, галузевої приналежності [89]. Вважаємо, що переховані принципи є прийнятними і для великих підприємств, так як відображають загальні підходи до оцінювання соціальної відповідальності бізнесу. Вважаємо за доцільне доповнити цей перелік [89] такими принципами як прозорість та

науковість. Загалом система принципів оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств представлена їх сукупністю:

- вибірковості - урахування у системі показників особливостей підприємств різних розмірів (шляхом доповнення системи показників таким, які надають додаткову інформацію про досліджувану групу підприємств) [89];

- порівнянності - використання системи відносних показників з метою забезпечення порівнянності рівня соціальної активності підприємств різних розмірів і галузевої належності [89];

- обґрунтованості - забезпечення правдивості та об'єктивності висвітлення інформації про соціальну відповідальність підприємства [89];

- урахування загальних умов - урахування впливу макроекономічних факторів на підприємства незалежно від їх розміру та галузевої приналежності [89];

- галузевої приналежності - урахування у системі показників галузевих особливостей і ризиків (шляхом доповнення системи показників таким, які надають додаткову інформацію про досліджувану групу підприємств) [89];

- науковості - використання в процесі оцінювання лише науково обґрунтованих методів, методик і показників;

- прозорості - забезпечення можливості доступу зацікавлених осіб до результатів оцінювання.

Формування системи показників і визначення інтегрального показника передбачає систематизацію усього набору можливих індикаторів на такі, які здійснюють прямий і опосередкований впливи на формування рівня соціальної відповідальності суб'єкти бізнесу. Серед показників опосередкованого впливу слід обирати такі, вплив яких є найвагоміший. У складі показників прямого впливу можуть бути враховані як якісні, так і кількісні індикатори. Надалі показники мають бути сформовані у систему часткових критеріїв, щоб дати найбільш цілісну оцінку рівню соціальної відповідальності бізнесу і уникнути повторного оцінювання одних і тих

самих елементів соціальної відповідальності. На основі системи часткових показників повинен бути сформований інтегральний показник рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Другий методичний підхід передбачає використання часткових показників, які поділено на чотири групи за ознакою стейкхолдера. З метою оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу на макрорівні дослідник Н.В. Водницька пропонує використовувати часткові показники, які поділено на чотири групи за ознакою стейкхолдера. Наприклад, до I групи (стейкхолдери – персонал та топ-менеджери підприємства) віднесено показники щодо рівня заробітної плати і стабільності виплат, різних матеріальних і нематеріальних заохочень, витрат на охорону праці та техніку безпеки; до II групи (стейкхолдери – споживачі) – показники гнучкості цінової політики, безпечності і якості товарів підприємства, повноти і широти асортименту продукції; до III групи (стейкхолдери – бізнес-партнери) – показники стабільності замовлень і виконання умов угод купівлі-продажу, частка витрат на рекламну діяльність у витратах на реалізацію продукцію; до IV групи (стейкхолдер – держава) – показники виконання податкових зобов'язань, держзамовлень, частка витрат на співпрацю з державними та місцевими органами влади та громадськими організаціями у валових витратах підприємства [21].

Згідно третього підходу, оцінювання соціальної відповідальності підприємств повинно ґрунтуватись на системі показників, до якої входять індикатори суспільної, трудової, екологічної та економічної складових соціальної відповідальності бізнесу. Дослідник Л.А. Грицина вважає, що підходи до проведення оцінки корпоративної соціальної відповідальності, розроблені зарубіжними вченими і практиками, не можуть бути застосовані для українських підприємств у повному обсязі. Однак на основі узагальнення результатів досліджень зарубіжних учених можна виділити основні складові, принципи і методи, які можна покласти в основу вітчизняних підходів і методик. Нормативно-індикативне регулювання соціальної відповідальності

підприємств повинно ґрунтуватись на системі показників, до якої входять індикатори суспільної, трудової, екологічної та економічної складових соціальної відповідальності бізнесу, пропонує моделі їх розрахунку, оптимальні значення та шляхи оптимізації. У розрізі зазначених чотирьох груп Л.А. Грицина пропонує розраховувати такі показники соціальної відповідальності, частина яких видається спірними. Наприклад, до I групи (суспільна відповідальність) включено показники, які характеризують якість продукції підприємства, його благодійну та соціально-спрямовану діяльність (працевлаштування інвалідів, відкритість інформаційної діяльності, фінансування об'єктів соціальної інфраструктури і забезпеченість підприємства ними). Частково можна погодитись із такими показниками як обсяг штрафних санкцій і втрати від поставок неякісної продукції, так як такі додаткові витрати зменшують прибуток і можливості підприємства фінансувати соціальні витрати [33]. Проте з такими індикаторами як витрати на збут, обсяг податкового навантаження та приріст податкових платежів на одиницю приросту фінансового результату погодитись важко, так як вони навіть опосередковано не дають надійної характеристики щодо рівня соціальної відповідальності бізнесу, а також у значній мірі залежать від характеристик галузі діяльності, особливостей оподаткування і загальноекономічної ситуації в країні.

До II групи (трудова відповідальність) дослідником включено показники, які характеризують умови праці на підприємстві, умови оплати праці і їх відповідність рівню продуктивності підприємства та середньому рівню оплати праці в Україні, рівень соціальних витрат в розрахунку на одного працівника та витрат на розвиток персоналу, а також показники вікового складу і загальної плинності персоналу. До III групи (екологічна відповідальність) включено показники, які характеризують обсяг і ефективність витрат на природоохоронні заходи, втрат від нераціонального природокористування, обсяги витрат на сплату екологічних зборів та відповідність діяльності підприємства нормам чинного законодавства щодо

викидів шкідливих речовин. До IV групи (економічна відповідальність) дослідником Л.А. Грициною запропоновано віднести показники зносу і руху основних засобів, ліквідності, оборотності активів і основних засобів, рентабельності і фінансової стійкості. Розрахунок узагальненого таксономічного показника буде слугувати в якості рейтингової оцінки корпоративної соціальної відповідальності і надавати інформацію про характер впливу окремих заходів підприємства на ефективність використання обмежених ресурсів [33].

Дослідник А.С. Коноваленко вважає, що оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності доцільно здійснювати на основі 14 показників результатів фінансово-економічної і соціальної діяльності підприємства, які використовуються для цілей аналізу з використанням методу бальних оцінок. До складу таких часткових показників дослідник А.С. Коноваленко відносить наступні: співвідношення обсягів виробництва (реалізації) на одного працівника підприємства з показником середнім по галузі; річний темп приросту обсягів реалізації продукції (товарів, послуг, робіт); перевищення темпів зростання обсягів реалізації продукції над темпами зростання операційних витрат; темпи приросту продуктивності праці за аналізований період; відхилення розміру ставок мінімальної заробітної плати, встановленої на підприємстві, від законодавчо встановленого значення; частка працівників, які отримують заробітну плату нижче за рівень прожиткового мінімуму працездатного населення в області, в середньообліковій чисельності працівників; відхилення розміру середньомісячної заробітної плати від середньогалузевого значення; частка витрат на соціальні програми для персоналу на одного працівника по відношенню до розміру середньомісячної заробітної плати; темпи створення додаткових робочих місць (або скорочення кількості працівників); частка прибутку, яка використана на реалізацію соціальних програм за межами організації; частка в загальному обсязі виготовленої (реалізованої) продукції

(товарів, послуг, робіт) продукції, яка була повернена з причин її недоброякісності або браку; рівень виконання обов'язкових програм із захисту екології; темпи приросту податкових та інших зобов'язань, термін виконання яких настав; інформування стейкхолдерів про стан і діяльність підприємства, укладання звітності [89].

Згідно четвертого підходу становлення корпоративної соціальної відповідальності в Україні як частини бізнес-практики потребує проведення оцінки ефективності здійснення відповідних заходів, що дасть можливість підприємству оцінити обсяг інвестицій соціального призначення і порівняти його з одержаним ефектом. У зв'язку із цим найбільш прийнятним способом оцінки є методика, розроблена групою експертів під керівництвом Н.М. Ушакової та Н.А. Супрун за підтримки Глобального договору ООН [106]. Ці методичні рекомендації були розроблені з метою надання практичної і методичної допомоги підприємствам усіх форм власності і видів економічної діяльності в процесі інтеграції корпоративної соціальної відповідальності у бізнес-практику. Характерної особливістю даних рекомендацій є те, що розробники врахували специфіку і стадію розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, а також стан і проблеми соціального інвестування на вітчизняних підприємствах. Методичною основою даних рекомендацій стали положення, критерії та вимоги низки міжнародних стандартів соціальної звітності: Account Ability (AA 1000), Global Reporting Initiative (GRI-3), а також принципи Глобального договору ООН.

Основною ідеєю при проведенні оцінювання ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності є надати у розпорядження вітчизняних підприємств ефективні інструменти, за допомогою яких заходи із соціальної відповідальності бізнесу можуть бути проаналізовані на предмет вигідності і доцільності, як і будь-який інший вид діяльності організації. Також пропонована методика має за мету показати ступінь

мінімізації негативного впливу діяльності бізнесу на навколишнє середовище та суспільство, а також створення позитивного ефекту для окремих груп стейкхолдерів та суспільства у цілому. Отже, запропонований інструментарій дає можливість виявити співвідношення між напрямками і обсягами соціальних інвестицій підприємств та показниками результативності його фінансово-господарської діяльності.

Визначення ефективності діяльності з корпоративної соціальної відповідальності пов'язано з певними труднощами, адже взаємозв'язок між обсягами соціальних інвестицій та показниками результативності економічної діяльності підприємств не завжди є прямим. Тому оцінювання доцільно проводити поетапно, визначаючи проміжні результати заходів корпоративної соціальної відповідальності, які розглядаються як індикатори ефективності соціальних інвестицій окремо у соціальній, екологічній та економічній сферах [106]. Кінцевим результатом оцінювання є узагальнення одержаних результатів. Методика включає три етапи: 1) порівняння загального обсягу соціальних інвестицій та підсумкових показників ефективності діяльності підприємства; 2) розрахунок часткових показників економічної ефективності корпоративної соціальної відповідальності; 3) проведення узагальненої оцінки ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

Розглянемо кожний з етапів докладніше. На першому етапі загальний обсяг соціальних інвестицій співставляється із підсумковими показниками соціально-економічної ефективності діяльності організації, наприклад, обсягом прибутку до оподаткування. Тоді узагальнюючий показник ефективності соціальних інвестицій матиме вигляд:

$$CI_{30\text{Приб}} = \frac{30\text{Приб}}{CI} \times 100\% \quad (2.1),$$

де $CI_{30\text{Приб}}$ – коефіцієнт співвідношення прибутку та соціальних інвестицій;

30Приб – загальний обсяг прибутку до оподаткування;

СІ – обсяг соціальних інвестицій.

Дана формула (2.1) може бути застосована також із використанням інших узагальнюючих показників ефективності економічної діяльності підприємств, наприклад, таких як ринкова капіталізація підприємства, валовий/чистий прибуток компанії.

Але перший етап оцінювання дає лише узагальнені результати, які потрібно деталізувати на основі аналізу ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємства у різних сферах (соціальной, економічній, екологічній). Тому на другому етапі проводять розрахунок часткових показників ефективності соціальних інвестицій: коефіцієнтів локальної економічної ефективності та коефіцієнтів окупності. Коефіцієнти локальної економічної ефективності розраховуються шляхом зіставлення одержаного ефекту та понесених витрат за різними напрямками соціальних інвестицій у різних сферах діяльності підприємства (економічній, соціальной, екологічній). У кожній із цих сфер корпоративна соціальна відповідальність може бути оцінена на основі прямого економічного ефекту, але опосередкований результат теж повинен враховуватись. Наприклад, у соціальной сфері прямим ефектом від інвестування у заходи з підвищення безпеки праці та поліпшення умов праці буде зростання продуктивності роботи персоналу, а опосередкованим – укріплення бренду роботодавця, зменшення витрат на відбір персоналу, юридичні послуги, рекламу та ін. У соціальной сфері, крім розглянутих вище заходів, для цілей оцінювання можуть бути використані також наступні індикатори: гідна оплата праці, охорона здоров'я працівників, внутрішні соціальні програми підприємства, програми навчання і підвищення кваліфікації персоналу, програми соціального діалогу і партнерства, соціальні інвестиції у розвиток місцевої громади. У економічній сфері доцільно використовувати такі індикатори як покращення якості продукції та безпеки споживачів, протидія корупції та заходи економічної безпеки, запровадження практик чесної конкуренції,

розвиток механізмів корпоративного управління, відповідальний маркетинг. У екологічній сфері найбільш інформативними індикаторами виступають: екологічні програми зниження енергоспоживання та підвищення енергоефективності, заходи щодо збереження і відновлення довкілля.

Отже, на основі розглянутих індикаторів можуть бути розраховані такі локальні показники економічної ефективності соціальних інвестицій. Зокрема, у економічній сфері можуть бути розраховані такі показники:

а) коефіцієнт впливу соціальних інвестицій на підвищення обсягів реалізації продукції:

$$K_{op\ t} = \frac{\Delta OP_t}{\sum_{i=1}^n CI_t} \quad (2.2),$$

де $K_{op\ t}$ – коефіцієнт впливу соціальних інвестицій на підвищення обсягів реалізації продукції;

ΔOP_t – зміна обсягів реалізації продукції за період t ;

$\sum_{i=1}^n CI_t$ – сума соціальних інвестицій за період t ;

б) коефіцієнт впливу соціальних інвестицій на зростання кількості клієнтів/споживачів:

$$K_{k\ t} = \frac{\Delta K_t}{\Delta CI_t} \quad (2.3),$$

де $K_{k\ t}$ - коефіцієнт впливу соціальних інвестицій на зростання кількості клієнтів/споживачів;

ΔK_t - приріст чисельності клієнтів за період t ;

ΔCI_t – приріст витрат на соціальні інвестиції за період t .

Аналіз змісту і співставлення запропонованих дослідниками [106] формул для розрахунку коефіцієнтів ефективності соціальних інвестицій дозволив нам зробити висновок, що у формулі 2.2 у знаменнику більш доцільно використовувати не показник фактичного обсягу реалізації продукції за період, а показник зміни обсягу реалізації продукції за період.

Також дослідники [106] вважають, що на другому етапі доцільно розраховувати показник окупності соціальних інвестицій:

$$ROI = \frac{\sum_{t=1}^n \pi t}{P_0} \quad (2.4),$$

де ROI – коефіцієнт окупності соціальних інвестицій;

$\sum_{t=1}^n \pi t$ – сума прибутку, отримана за період обороту активу;

P_0 – обсяг соціальних інвестицій.

Виходячи зі змісту запропонованого показника вважаємо, що його доцільно називати не коефіцієнтом окупності, а коефіцієнтом ефективності.

На останньому третьому етапі проводиться узагальнення результатів визначення ефективності заходів із соціальної відповідальності бізнесу на основі аналізу показників, розрахованих на першому та другому етапі та порівнянні їх значень у динаміці.

Дослідження взаємозв'язку між соціальною відповідальною бізнесу і результатами діяльності проводяться багатьма дослідниками впродовж двох останніх десятиліть. Результати таких досліджень однозначно свідчать на користь соціально відповідальної діяльності як вагомому чиннику ефективності діяльності і сталого розвитку бізнесу. Так, дослідники С. Ваддок і С. Грейвз у 1997 р. провели порівняльне дослідження підприємств, які є схожими за розмірами і обсягами діяльності та належать до одного сектору ринку. У опитуванні взяло участь 22 підприємства, з них 11 – з високим рівнем соціальної відповідальності та 11 – із низьким. Фінансові показники діяльності (дохід з інвестицій, дохід з продажів, чистий прибуток) виявились кращими у соціально-відповідальних компаній як на момент проведення дослідження, так і у динаміці [125].

Соціальна відповідальність компанії є вагомим чинником впливу на вибір споживачів. Так, за даними опитування Millenium Poll, проведеного у 1999 р. у 23 країнах світу серед 25 тис. респондентів показало, що

вирішальним чинниками формування думки про компанію – виробника є її соціальна відповідальність (56% опитаних), якість товарів (40%) та фінансові показники (34%). Дослідження Environics International CSR Monitor (2001 р.) дало аналогічні результати – найсильніший вплив на формування громадської думки про компанію мають її соціальна відповідальність (49%), якість бренду (40%) і бізнес-показники (32%) [125].

Дослідження з питань корпоративної соціальної відповідальності було проведене європейською організацією «Corporate Responsible Group» у 2007 р. серед 82 респондентів, більшість з яких була представлена європейськими компаніями (68%), а решту становили американські та британські організації (по 16% відповідно). У розрізі сфер бізнесу компанії були представлені таким чином: 28% – торгівля, 23% – фінанси; по 20% – транспорт та засоби зв'язку / сервіс; 12% – інші галузі. Його результати показали, що питаннями соціальної відповідальності у компаніях займаються такі підрозділи (у відсотках до загальної кількості опитаних компаній): стратегічних комунікацій / зв'язків з громадськістю – 36%; керівник підприємства / офіс виконавчого директора – 17%; управління людськими ресурсами – 10%; маркетингу – 7%; стратегічного розвитку – 4%; аудиту / управління ризиками – 1%; інші підрозділи (операційний, юридичний, і, власне підрозділ з питань корпоративної соціальної відповідальності) – 25% [125].

Актуальність питань корпоративної соціальної відповідальності для розвитку компаній підтверджується дослідженням «Глобального Бізнес Барометру», проведеного у 2007 р. на замовлення журналу «The Economist». До опитування було залучено 1122 компаній, з них 42% – європейські, 23% – азійські, 19% – північноамериканські. З опитаних компаній 16,7% визначили рівень пріоритетності корпоративної соціальної відповідальності як дуже високий, 39,5% – високий, 31,3 – середній рівень. Також опитані компанії зробили прогноз зростання рівня важливості корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу на найближчі три роки, згідно якого соціальна

відповідальність буде становити дуже високий пріоритет для 25,7% компаній та високий пріоритет – для 43,2%. На думку представників опитаних підприємств, сутність корпоративної соціальної відповідальності полягає у наступному: врахування інтересів зацікавлених представників суспільства під час прийняття бізнес-рішень – 38,4% опитаних; максимізація прибутків та діяльність в інтересах акціонерів – 31,4%, добровільна відмова від деяких прибутків через прагнення зробити «правильні речі» - 16,4%, впровадження добробуту через працевлаштування та виплату податків підприємством своєчасно та у повному обсязі – 7,2%, підтримка ініціатив, що напряду приносять користь суспільству, але не завжди є прибутковими для акціонерів – 6,6% [125].

За розрахунками Н.О. Сіменко, частка витрат на заходи соціальної відповідальності складає від 0,8% до 6,2% чистого доходу підприємств [140]. На основі вивчення особливостей соціально-відповідальної діяльності українських підприємств дослідник Н.О. Сіменко пропонує визначати три рівні соціальної орієнтації підприємств: задовільний, прийнятний, оптимальний. На її думку, для оптимального рівня соціальної орієнтації характерним є: формування та реалізація ціннісних пріоритетів соціально відповідальної діяльності в забезпеченні гармонізації інтересів підприємства з інтересами стейкхолдерів; позитивна динаміка ключових фінансово-економічних показників діяльності підприємства; розвинене інституційне забезпечення реалізації соціальної політики; ефективна система оплати праці та компенсацій; розвиток об'єктів соціальної інфраструктури підприємства згідно з потребами персоналу; впровадження системи моніторингу безпеки та гігієни праці; впровадження моделей компетенцій у систему управління знаннями персоналу підприємства; активна участь підприємства у фінансуванні соціальних проектів, спрямованих на задоволення очікувань споживачів; розвиток місцевих громад; захист навколишнього природного середовища тощо [140].

Україна потребує розробки і впровадження ефективного механізму управління підприємствами на засадах соціальної відповідальності, що стане основою для узгодження економічних інтересів суспільства та бізнесу. З цією метою слід впровадити систему заходів, яка буде сприяти застосуванню принципів соціальної відповідальності у діяльності українського бізнесу.

Дослідником О.В. Степановою запропоновано визначати чотири рівні соціальної відповідальності підприємств в залежності від кількості зацікавлених соціальних груп. До першої групи (найнижчий рівень) запропоновано включати підприємства, соціальна відповідальність яких враховує інтереси лише керівників і власників організації. За такого рівня соціальної відповідальності реалізується тільки її економічна складова. До другої групи віднесено підприємства, які реалізують соціальну відповідальність перед керівниками, власниками та працівниками підприємства. Другий рівень корпоративної соціальної відповідальності передбачає поглиблення економічної складової відповідальності бізнесу і появу її соціальної складової, що включає відповідальні трудові практики, соціальну відповідальність перед кожним окремо взятим працівником та перед трудовим колективом у цілому. Третій рівень соціальної відповідальності передбачає залучення ще однієї-двох груп зацікавлених сторін – представників конкретного зовнішнього середовища. З точки зору підприємства ці групи є найважливішими стейкхолдерами і можуть включати споживачів, місцеву громаду, певну соціально-вразливу групу населення, громадські організації тощо. Четвертий рівень корпоративної соціальної відповідальності передбачає, що соціальна відповідальність розповсюджується на усе внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства [148].

Вчений О.В. Степанова пропонує проводити порівняльний галузевий аналіз соціальної активності підприємств на основі розрахунку індексу повноти соціальної активності, індексу присутності напрямів соціальної активності підприємств, загального якісного індексу соціальної активності.

Кореляційно-регресійний аналіз рівня соціальної активності від різних факторів впливу показав, що найбільш значимими чинниками впливу на кількість об'єктів соціальної сфери підприємства і розмір його соціальних виплат є наступні: фінансовий результат, розмір підприємства (мале, середнє, велике), загальний обсяг витрат на підприємстві, розмір фонду оплати праці, форма власності на підприємстві, а також галузь економіки. На основі результатів кореляційно-регресійного аналізу доведено, що найбільш значимими факторами впливу на соціальну активність одиниці бізнесу є її розмір та форма власності. Проведене вченим експертне оцінювання зацікавленості різних груп працівників підприємств Сумської області у певних видах соціально-відповідальних практик показало, що має місце розбіжність між фактичними і бажаними напрямками соціальної активності підприємств. Так, підприємства демонструють високий рівень надання соціальних послуг у таких напрямках як культурний розвиток, натомість працівники є дуже зацікавленими у належному медичному забезпеченні, одержанні додаткового пенсійного забезпечення та проведенні санаторно-курортного лікування [148]. Тому важливим напрямом вдосконалення соціальної відповідальності підприємств є здійснення моніторингу за реальними потребами персоналу та аналіз їх відповідності соціальним послугам, які надаються.

Дослідник О.В. Дудкін вважає, що для обґрунтування доцільності вдосконалення взаємодії підприємства із зацікавленими сторонами необхідно розраховувати показник сукупного рівня релевантності заходів соціальної відповідальності по відношенню до стейкхолдерів [48], що пов'язано з потребою оцінювання залежності рівня ефективності роботи підприємства від якості такої взаємодії. Процес розрахунку цього показника передбачає такі етапи: ідентифікація зацікавлених сторін підприємства; оцінка економічних параметрів трансакцій, які визначають відносини компанії та зацікавлених сторін; розрахунок рівня релевантності заходів

корпоративної соціальної відповідальності відносно стейкхолдерів; визначення середнього рівня релевантності показника в розрізі груп внутрішніх (власники, вищі керівники та наймані працівники) і зовнішніх стейкхолдерів (споживачі, партнери, громадські організації, місцева громада, держава); обрахунок сукупного рівня релевантності для даного підприємства. На основі емпіричних досліджень вченим встановлено, що універсальними факторами взаємовідносин із зацікавленими сторонами є наступні: характеристики трансакцій між підприємством і стейкхолдерами (такі як тривалість, регулярність, вимірюваність результатів та зв'язок із іншими трансакціями, ступінь невизначеності поведінки суб'єкта відносин); характеристики використовуваних ресурсів у сенсі можливості їх альтернативного використання; структура галузевого ринку та конкурентна ситуація на ньому [48].

Вважаємо, що запропонована дослідником О.В. Дудкіним ідея визначати рівень релевантності заходів соціальної відповідальності бізнесу є достатньо корисною для оцінки ефективності соціально-відповідальної діяльності підприємств і розробки рекомендацій щодо її вдосконалення, проте сама методика такого оцінювання видаються нам суперечливою за своїм змістом. Так, числове значення рівня релевантності запропоновано визначати в інтервалі від 0 до 1, що підтверджено візуально у вигляді відповідної діаграми, проте опис характеристик рівня релевантності заходів соціальної відповідальності дослідник О.В. Дудкін визначає вже граничні межі показника від 0 до 1,44, а описані межі чотирьох зон релевантності не відповідають зображеним на відповідній діаграмі [48, с. 6-7].

Дослідник А.С. Коноваленко зауважує, що на вибір методики оцінки рівня соціальної відповідальності впливає розмір підприємств, і тому для малих і середніх підприємств пропонує застосовувати методику на основі визначення інтегрального показника корпоративної соціальної відповідальності. Запропонована вченим методика містить наступні етапи:

обрахунок часткових показників рівня соціальної відповідальності організації; бальна оцінка часткових показників в діапазоні від 0 (мінімальне значення показника) до 1 (максимальне значення показника); побудова на основі бальних оцінок пелюсткової діаграми; розрахунок інтегрального показника на основі визначення співвідношення площі одержаної пелюсткової діаграми і максимально можливого показника, який визначається за запропонованою вченим формулою; визначення рівня доцільності і обґрунтованості соціальної відповідальності та її місця у відповідній матриці; порівняння результатів оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності різних підприємств з метою пошуку напрямів і можливостей її розвитку [89, с. 6-7].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність як об'єкт досліджень вітчизняних науковців має значно коротшу історію, ніж у світовому масштабі. Зарубіжні дослідження відповідальності бізнесу теоретико-прикладного характеру зосереджені на вивченні актуальності цього напрямку діяльності для підприємств, практичних аспектів і особливостей організації соціально-відповідальної діяльності компаній, факторів, які приносять і перешкоджають розвитку соціально-відповідальних практик підприємств різних розмірів і видів економічної діяльності. Основні теоретичні проблеми, які піднімаються вітчизняними науковцями, є схожими на дослідницькі проблеми закордонних колег, проте значна увага приділяється вивченню, обґрунтуванню і доповненню системи показників, які б дозволили найбільш повно оцінити рівень соціальної відповідальності підприємства.

2.3. Сучасний стан управління корпоративною соціальною відповідальністю

На думку О.Ю. Березіної, основними чинниками розвитку соціальної відповідальності бізнесу на макро- та мезорівні мають бути формування чітко окресленої державної політики щодо КСВ, усталення законодавчої бази, підтримка органами місцевої влади соціальних ініціатив корпорацій, єдина для всіх учасників економічного простору прозора податкова політика [13]. Дослідник А.С. Коноваленко вважає, що найважливішими складовими державної політики у сфері регулювання корпоративної соціальної відповідальності повинні бути наступні: розробка державних цільових програм, реформування податкової системи у напрямі надання податкових пільг для соціально-відповідальних підприємств, широке поширення успішного досвіду меценатства та чесних бізнес-практик, розробка та запровадження у практику діяльності підприємств методики діагностики рівня корпоративної соціальної відповідальності [89].

Управління відносинами соціальної відповідальності має кінцевою метою перерозподіл соціальної відповідальності між державою та суб'єктами бізнесу у напрямі підвищення корпоративної соціальної відповідальності останніх. Така мета реалізується через вплив держави на вдосконалення трудових відносин, впровадження і розширення чесних практик, покращення діалогу організацій із зацікавленими сторонами. Основним інструментом здійснення такого регулювання є розробка і реалізація національної політики із корпоративної соціальної відповідальності. Практична реалізація національної політики корпоративної соціальної відповідальності може бути втілена шляхом застосування системи методів (правові, адміністративні, економічні, морально-етичні, психологічні), які відображають способи впливу зацікавлених осіб на створення сприятливих умов для розвитку соціальної відповідальності бізнесу та розробки національної стратегії з

корпоративної соціальної відповідальності [89].

У процесі становлення корпоративної соціальної відповідальності важливу роль відіграють такі інституції як держава, органи місцевого самоврядування, науково-дослідні та освітні установи, різноманітні організації недержавного сектору (громадські, благодійні, профспілкові, релігійні, міжнародні), а також засоби масової інформації, кожна з яких має свої концептуальні характеристики та особливості впливу на соціальну відповідальність бізнесу [160].

Одними з головних методів державного регулювання соціальної відповідальності є економічні та правові. До економічних методів відносять державно-приватне партнерство, пільгові умови ведення бізнесу, особливості оподаткування тощо. До правових методів варто віднести встановлення стандартів, гарантій та норм, за порушення яких передбачається певна відповідальність.

В Україні поступово формуються нове правове поле і практика використання різних форм взаємодії влади і бізнесу в сфері управління корпоративною соціальною відповідальністю, орієнтованих на принципи ринкової поведінки. Про це свідчить прийняття законів України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [132], «Про державно-приватне партнерство» [129], «Про соціальний діалог в Україні» [133] та інших нормативно-правових актів, спрямованих на підтримку бізнесу. Також в Україні поширюється досвід соціального партнерства в сфері регулювання соціально-трудова відносин на трьохсторонній основі між роботодавцями, владою і профспілками, а також поступовий рух від благодійності до запозичення зарубіжних механізмів і технологій для досягнення цілей державної політики, у тому числі шляхом подальшої інституціоналізації відносин у вигляді державно-приватного партнерства з метою вирішення політичних і суспільно-значущих завдань на національному, регіональному та місцевому рівнях.

В Україні 1 липня 2010 р. був прийнятий Закон України «Про державно-приватне партнерство» № 2404-VI, який набрав чинності 31.10.2010 р. та визначив організаційно-правові засади взаємодії державних партнерів із приватними партнерами та основні принципи державно-приватного партнерства на договірній основі. Відповідно до Закону під державно-приватним партнерством розуміється співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами. На стороні державного партнера виступають органи державної влади та органи місцевого самоврядування, на стороні приватного партнера виступають юридичні та фізичні особи, а також можуть виступати декілька осіб, які несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями. До ознак державно-приватного партнерства відповідно до Закону належать [129]:

1. Забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера;

2. Довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

3. Передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;

4. Внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

В рамках державно-приватного партнерства можуть укладатись договори про концесію, спільну діяльність, розподіл продукції, інші договори. Істотні умови договорів, що укладаються в рамках здійснення державно-приватного партнерства, мають відповідати вимогам, встановленим законами України.

У переважній більшості країн, які мають позитивний досвід реалізації проектів на умовах державно-приватного партнерства, однією із визначальних ознак є те, що зазначений механізм застосовується з метою реалізації масштабних, національних або міжнародних, суспільно значущих проектів. Як свідчить досвід розвинутих країн світу, тісна співпраця між державними органами влади та суб'єктами бізнесу має найбільший ефект переважно в формуванні та реалізації як виробничої, так і соціальної інфраструктури при реалізації масштабних соціально-економічних завдань.

Таким чином, державно-приватне партнерство є ефективним та перспективним економічним механізмом регулювання та управління соціальною відповідальністю, інструментом економічного і соціального розвитку на регіональному та місцевому рівнях, засобом залучення коштів у проекти, де державні та місцеві органи влади намагаються зберегти контроль та налагодити співпрацю з інвесторами.

Стимулювання корпоративної соціальної відповідальності в Україні з боку держави здійснюється, як приклад, через пільгове оподаткування. Відповідно до ст. 30 Податкового Кодексу України податкова пільга – передбачене податковим і митним законодавством звільнення платника податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податку та збору, сплата ним податку та збору в меншому розмірі. Підставами для надання податкових пільг є особливості, що характеризують певну групу платників податків, вид їх діяльності, об'єкт оподаткування або характер та суспільне значення здійснюваних ними витрат. Податкова пільга надається шляхом: податкового вирахування (знижки), що зменшує базу оподаткування до нарахування податку та збору; зменшення податкового зобов'язання після нарахування податку та збору; встановлення зниженої ставки податку та збору; звільнення від сплати податку та збору [124].

Аналіз обсягів податкових доходів зведеного бюджету України в цілому свідчить про зростання окремих податкових надходжень, лише обсяг сплати податку на прибуток знизився майже на 30% (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Обсяги податкових доходів зведеного бюджету України у 2013-2016 рр., млн. грн.

Показник	Рік				2016 р. у % до 2013 р.
	2013	2014	2015	2016	
Податкові надходження:	353968,1	367511,9	507635,9	650781,7	183,85
- податок та збір на доходи фізичних осіб	72151,1	75202,9	99983,2	138781,8	192,35
- податок на прибуток підприємств	54993,8	40201,5	39053,2	60223,2	109,51
- податок на додану вартість	128269,3	139024,3	178452,4	235506,0	183,60
Неподаткові надходження	84981,0	80612,8	140154,4	120502,9	147,68
Інші надходження	3839,6	7942,6	4240,7	6574,9	171,24

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [146; 147]

При цьому слід зазначити, що ставки на представлені податкові платежі за період 2013-2016 рр. майже не змінилися.

В українському законодавстві існує різноманітна кількість пільг та преференцій (пільги в оподаткуванні підприємств, де не менше 50% працюючих – інваліди; пільги в оподаткуванні підприємств, які використовують альтернативні джерела енергії, запроваджують інноваційні технології; пільги в оподаткуванні благодійних організацій; пільги в оподаткуванні релігійних організацій тощо). Це регламентується в першу чергу Податковим кодексом України, Законом України «Про благодійну діяльність та благодійні організації», Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища» та ін. Як свідчить аналіз, кількість таких пільг щороку зростає. Так, за період останніх 2006-2014 рр. кількість

податкових пільг зросла майже на 30%, особливо це стосується сплати ПДВ та оподаткування прибутку підприємств (рис. 2.6).

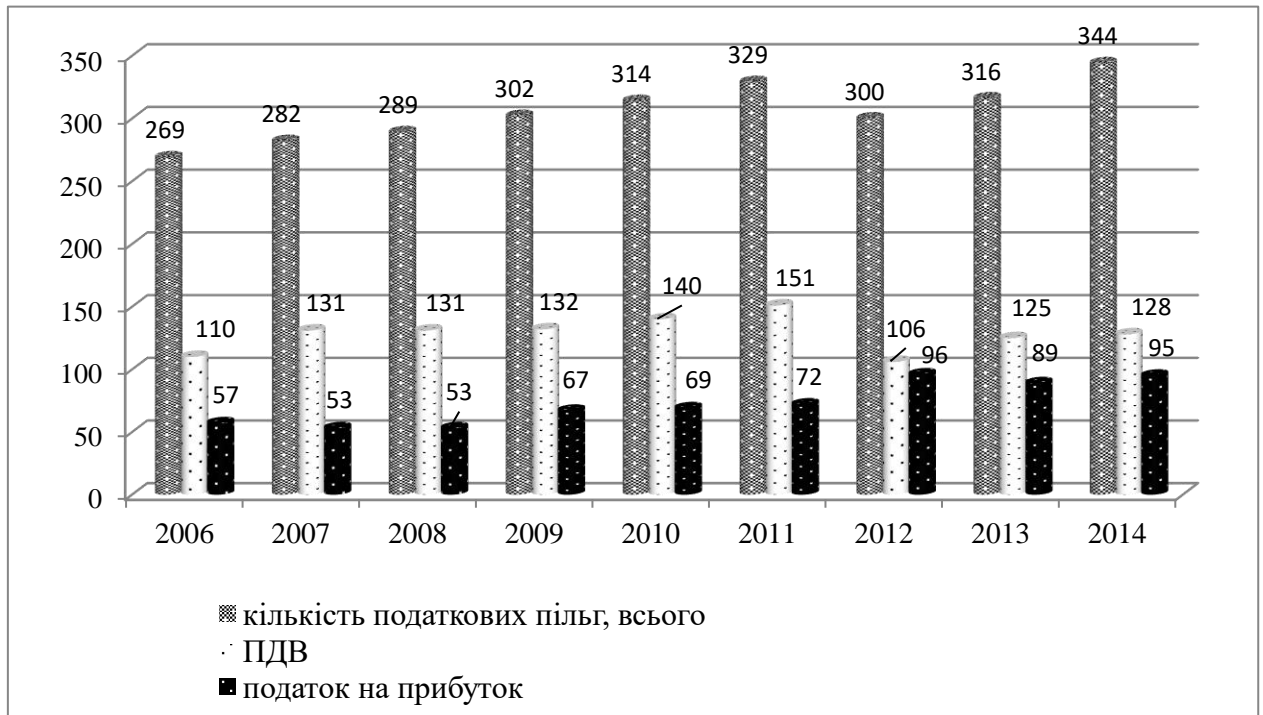


Рис. 2.6. Динаміка розподілу кількості податкових пільг в Україні, 2006-2014 рр., од.

Джерело: складено автором за даними [45]

Управління корпоративною соціальною відповідальністю може здійснюватися через сплату додаткових податків (наприклад, екологічного податку (табл. 2.7), а також накладання штрафів та пені за порушення соціальних прав і свобод (наприклад, за правопорушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища, за невідповідність продукції вимогам законодавства, за порушення прав споживачів та ін).

Як свідчать дослідження, за період як 2000-2015 рр. так і за 2010-2015 рр. обсяги як пред'явленого так і фактично сплаченого екологічного податку суттєво зросли. Слід також зазначити, що обсяги накладених штрафних санкцій за правопорушення законодавства про охорону навколишнього

середовища за період 2000-2015 рр. зросли в 2,6 раз, в той же час за період останніх п'яти років цей показник знизився майже на 90%. Це може в певній мірі свідчити про належну соціальну відповідальність суб'єктів підприємництва по відношенню до охорони навколишнього середовища.

Таблиця 2.7

Обсяги сплати екологічних платежів та штрафних санкцій, млн. грн.

Показник	Рік					2015 р. до 2000 р., разів	2015 р. до 2010 р., разів
	2000	2010	2013	2014	2015		
Пред'явлено екологічний податок за:	228,8	1361,2	3050,6	2918,1	2419,3	10,5	1,8
викиди в атмосферне повітря забруднюючих речовин	125,3	795,9	2159,7	1966,5	1607,1	12,8	2,0
скиди забруднюючих речовин безпосередньо у водні об'єкти	29,9	93,7	117,1	116,4	112,8	3,7	1,2
розміщення відходів у спец. відведених місцях чи на об'єктах	73,6	471,6	773,8	835,2	699,4	9,5	1,5
Пред'явлено штрафні санкції за правопорушення законодавства про охорону навколишнього прир. середовища	5,6	147,5	44,4	8,1	15,1	2,6	1,0
Частка фактично сплаченого екологічного податку до загальної суми пред'явленого, %	36,2	90,3	88,8	96,5	80,5	-	-

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики

України [145; 146; 147]

Разом з тим, найбільше було сплачено екологічного податку за викиди в атмосферне повітря забруднюючих речовин (1,6 млрд грн. у 2015 р.). Аналіз таких викидів відображено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Обсяги викидів забруднюючих речовин у 2013-2016 рр.

Показник	Рік				2016 р. (2015р.*) у % до 2013 р.
	2013	2014	2015	2016*	
Обсяги викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення, тис.т	4265,9	3350,0	2857,4	3078,1	72,16
Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення у розрахунку на одну особу, кг	98,9	77,9	66,7	72,1	72,90
Обсяги викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від пересувних джерел забруднення, тис.т	2303,3	1996,2	1663,9	...	72,23
т. ч. за видами транспорту: автомобільний транспорт	2081,5	1796,5	1475,2	...	70,87
залізничний, авіаційний, водний транспорт та виробнича техніка	221,8	199,7	188,7	...	85,07
Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря від пересувних джерел забруднення у розрахунку на одну особу, кг	53,4	46,4	38,8	...	72,65
Обсяги викидів діоксиду вуглецю, млн.т	227,4	194,7	162,0	150,6	66,23

Примітка. *Обстеження обсягів викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від пересувних джерел забруднення у 2016 р. не проводилося

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [146; 147]

За даними Державної служби статистики України найбільшої шкоди навколишньому середовищу шляхом викидів забруднюючих речовин та діоксиду вуглецю в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення завдають суб'єкти бізнесу сфери енергетики (у 2016 р. - 59,1% від загальної кількості викидів), металургійне виробництво та вугільної промисловості (21,1%), а також бізнесові структури, які займаються видобутком і розподілом палива та геотермальної енергії (13,3%).

Для мінімізації наслідків впливу на навколишнє природне середовище необхідним фактом повинно стати інвестування як власних, так і залучених

фінансових ресурсів у цю сферу [78]. Так, обсяги капітальних інвестицій та поточних витрат на охорону навколишнього природного середовища представлені у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища

Показник	Рік						2016 р. до 2000р., разів	2016 р. до 2010 р., %
	2000	2010	2013	2014	2015	2016		
Капітальні інвестиції та поточні витрати, млн. грн.	3224,3	13128,0	20377,8	21925,6	24591,1	32488,7	10,1	247,48
у тому числі капітальні інвестиції	605,9	2761,5	6038,8	7959,9	7675,6	13390,5	22,1	484,90
з них капітальний ремонт засобів природоохоронного призначення	233,3	498,0	662,1	640,8	484,9	612,6	2,6	123,01
поточні витрати	2618,4	10366,6	14339,0	13965,7	16915,5	19098,2	7,3	184,23

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [134; 136; 145; 146; 147]

Як свідчать дослідження, позитивним є те, що з кожним роком суттєво зростають обсяги капітальних інвестицій на природоохоронні заходи, але в той же час частка витрат за рахунок держбюджету знизилася за досліджуваний період.

Гарним прикладом реалізації корпоративної соціальної відповідальності в природоохоронній сфері може стати розроблена «Програма сприяння зеленій модернізації української економіки», що фінансується Урядом Німеччини і реалізується Німецьким товариством міжнародного співробітництва GIZ в партнерстві з Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» і Торгово-промисловою палатою Україною. В рамках даної Програми було проведено опитування представників бізнес-

компаній «Бізнес та «зелена» модернізація економіки: можливості та бар'єри». Найбільш поширеними серед українських компаній є наступні складові «зеленої» модернізації: підвищення енергоефективності (встановлення нового або модернізацією існуючого обладнання); підвищення ресурсоефективності (мінімізація відходів та економія води); програми «зеленого» офісу; впровадження системи екологічного менеджменту (переважно ISO 14001). Найголовнішою перешкодою до впровадження заходів із «зеленої» модернізації, за визначенням опитаних представників компанії, є нестача інформації з питань зелених технологій, їх дорожнеча та недоступність, складність адміністративних процедур та застаріле законодавство [14].

Також важливим інструментом забезпечення екологічної складової соціальної відповідальності є екологічне страхування, завдання і складові якого ми розглянули докладніше у [84]. Суб'єктами ринку екологічного страхування є держава, суб'єкти господарювання, населення, страхові компанії. Для реалізації в Україні екологічного страхування, яке забезпечить захист інтереси підприємств по отриманню прибутків, суспільства по захисту здоров'я людей та держави через створення сприятливого інвестиційного клімату, гарантій податкових надходжень та соціальну стабільність, необхідним є розроблення економічного механізму екологічного страхування. Одну з провідних ролей в реалізації дії механізму відіграють економічні інструменти. Саме через них передається вплив на спонукальні мотиви діяльності суб'єктів господарювання – їхня економічні інтереси. До екологічних важелів відносимо: внески на екологічне страхування не повинні перетворитися в ще один податок – екологічний (тому доцільно страхові внески на екологічне страхування розглядати як кошти, направлені на природоохоронні заходи, і їх необхідно зараховувати як платежі за забруднення); включення платежів по екологічному страхуванню до валових витрат; запровадження податкових пільг для страховиків, задля

стимулювання страхових компаній у проведенні нового виду страхування; зменшення страхового внеску, а також збільшення страхової суми, якщо підприємство довгий час працює без страхових подій і удосконалює систему безпеки; відшкодування страхувальникові частини страхової премії на цільове фінансування і матеріально-технічне забезпечення екологічних програм і заходів щодо підвищення екологічної безпеки об'єктів страхування. До законодавчо-правових важелів відносимо нормативно-правову базу, яка регулює екологічне страхування і зобов'язує до певних обов'язкових видів страхування; ліцензування господарської діяльності; комплексну еколого-економічну експертизу. Адміністративно-правові важелі представляють собою інституційну систему, що забезпечує виконання нормативно-правових документів, які регулюють екологічне страхування (наявність компетентних органів контролю, існування прозорих методик оцінки екологічних ризиків, дієвість компенсаційних механізмів); розпорядження, накази, які забезпечують введення в дію законодавчих актів, і, які направлені на конкретного виконавця. Відповідальність за виконання цих рішень; забезпечення необхідного ліміту цивільної відповідальності за заподіяну шкоду страхувальником, оскільки збитки, викликані техногенними аваріями і катастрофами, можуть бути занадто великими для відшкодування. Соціальні важелі орієнтовані на розвиток соціально-екологічно орієнтованих підприємств, участь та зацікавленість суспільства у створенні належної екологічного стану на своїх територіях. Слід зазначити, що страхування забезпечує не лише механізм матеріального відшкодування за настання події, але й створює умови для здійснення контролю за діяльністю небезпечних об'єктів, а також інвестування у розвиток підприємств. Комплексний розвиток екологічного страхування в Україні дасть можливість об'єктам підвищеної небезпеки скоротити бюджетні витрати на ліквідацію аварійних і надзвичайних ситуацій, підвищити матеріальне забезпечення підприємств і зацікавленість місцевих органів в мінімізації негативного впливу на

навколишнє середовище, забезпечити цільове використання засобів, які спрямовані на ліквідацію і передупання екологічного забруднення, підсилити контроль за потенційно небезпечними видами діяльності і підняти вимоги екобезпеки [84].

Враховуючи вищезазначене, саме економічні механізми державного управління корпоративної соціальної відповідальності могли б стати основним чинником розвитку соціальної відповідальності бізнесу по відношенню до охорони навколишнього середовища.

Важливу роль серед економічних механізмів державного управління корпоративної соціальної відповідальності відіграє соціальна звітність. На сьогодні документами, що є основним джерелом ідей та засад для розбудови національної системи соціальної звітності, а також урахування українських національних розробок у цій сфері, є наступні :

- Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000);
- Глобальна ініціатива щодо звітності (Global Reporting Initiative, GRI, 2000);
- Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності» (EU Green Paper «Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility», 2001); Social Accountability International (SAI, 2001);
- Institute of Social and Ethical Accountability – «AccountAbility» (AA 1000, 2003);
- Total Quality Management; Конвенція ЄЕК ООН «Про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з екологічних питань (Орхуська конвенція);
- Конвенція МОП №44 «Про безробіття» (ст.ст. 1, 2);
- Конвенція МОП №87 «Про свободу асоціації та захист права на організацію»;

- Конвенція МОП №98 «Про застосування принципів права на організацію і ведення колективних переговорів»;

- Конвенція МОП №154 «Про колективні переговори» (ст.ст. 2, 5);

- Конвенція МОП №155 «Про безпеку та гігієну праці» (ст.ст. 2, 3, 5);
 Конвенція МОП №157 «Про збереження прав у галузі соціального забезпечення» (ст.ст. 2–6);

- Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини»;

- Закон України «Про захист прав споживачів»;

- Указ Президента України «Про соціальний діалог»,

- Закон України «Про колективні договори та угоди»;

- Закон України «Про екологічний аудит»;

- Закон України «Про екологічну експертизу» тощо.

Одним із основних документів в сфері регулювання корпоративної соціальної відповідальності та розвитку соціальної звітності є Глобальний договір ООН (ГД ООН). Цей документ містить головні десять принципів, які впливають із: Загальної декларації прав людини, Декларації Міжнародної організації праці про основоположні принципи і права в сфері праці, Декларації Ріо з навколишнього середовища і розвитку, а також Конвенції ООН проти корупції. Підписантами Глобального договору ООН на сьогодні є майже 12,5 тис. приватних компанії, бізнес-асоціацій, неурядових організацій, академічних інституцій, громадських організацій із 170 країн світу. Починаючи з 2006 р. все більше українських компаній приєднуються до ГД ООН, так, у 2016 р. 51 українська компанія долучилася до ГД ООН [202] (рис. 2.7).

У 2006 р. була створена Мережа ГД Україна, яка є напівформальним підприємством з наступною структурою: Керівний комітет, Альянс Глобального договору і Секретаріат, що знаходяться при Києво-Могилянській бізнес-школі. Керівний комітет обирається членами локальної

мережі і складається з трьох українських компаній, однієї багатонаціональної, однієї неурядової організації, однієї організації роботодавців і однієї профспілки. Секретаріат раніше був представлений ООН в Україні. ГД Альянс забезпечує фінансову стійкість мережі і виконує консультативну функцію в організаційній структурі. В даний час вона складається з п'яти компаній [202].

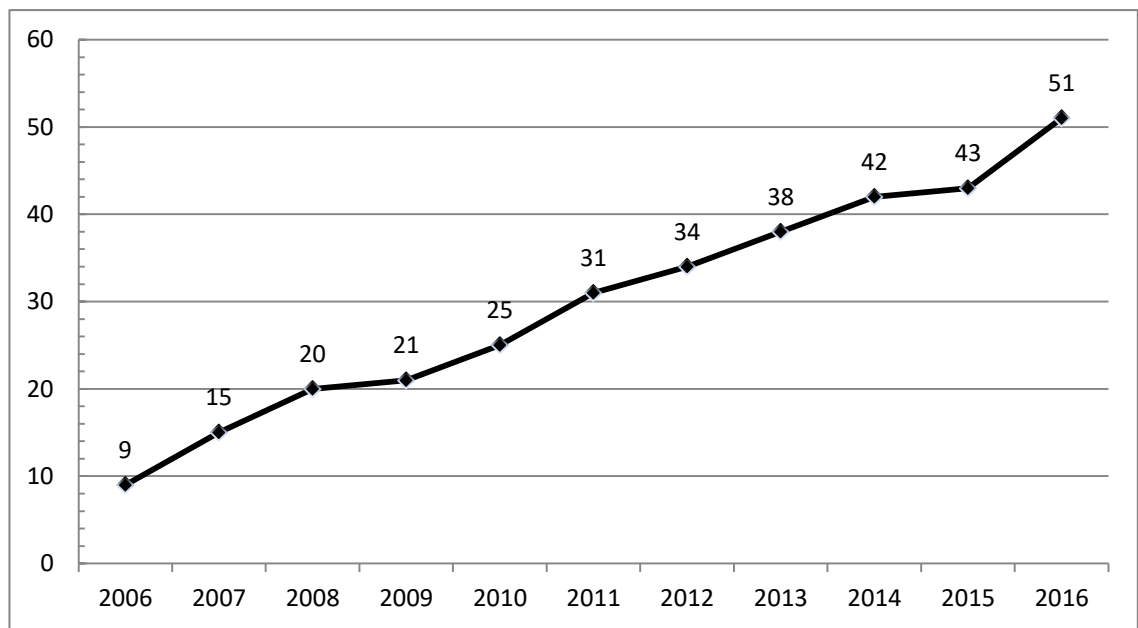


Рис. 2.7. Динаміка кількості українських компаній, які стали новими підписантами ГД ООН

Джерело: складено автором за даними [202]

Локальні мережі (GCLNs) забезпечують платформу для компаній-учасників і зацікавлених сторін щодо просування Глобального договору ООН і його принципів на місцевому рівні. З приблизно 100 існуючими і новими мережами по всьому світу, GCLNs відіграє істотну роль у реалізації Глобального договору в рамках національних контекстів та просування місцевих пріоритетів і потреб. Учасниками даної локальної мережі в Україні є понад 200 українських компаній та організацій, які розробляють соціальні звіти [202].

Перші стандарти соціальної звітності міжнародні організації (зокрема, *Institute of Social and Ethical Accountability*) розробили більше десяти років тому. В розвинутих країнах ці стандарти користуються великою популярністю. Дослідження з питань стабільності бізнесу, проведене *Pricewaterhouse Coopers* ще у 2002 р. в США, показало, що окремі стандарти соціальної відповідальності застосовують у своїй роботі 75% компаній. Серед основних причин, по яких вони це роблять, були названі позитивний ефект для репутації (90% відповідей), конкурентні переваги (75%), зниження витрат (73%) [98]. За статистикою, 2/3 компаній, що публікують такі звіти, роблять це з чисто економічних міркувань для акціонерів та інвесторів, інші вважають, що працюють на імідж. По суті справи, соціальна звітність піднімає питання нематеріальної складової вартості бізнесу, зокрема таких її аспектів як репутація, лояльність споживачів, надійність, інтелектуальний капітал. Але в довгостроковій перспективі все це сприяє підвищенню акціонерної вартості компаній - за рахунок віддачі від усіх груп зацікавлених осіб.

У світі існують такі три основні форми підготовки й оформлення соціальної звітності [31]:

- звіт у довільній формі;

- комплексний звіт за Методом потрійного підсумку (Triple Bottom-Line), методом Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group), методом групи корпоративного громадянства (Corporate Social Citizenship) чи за якимось іншим подібним методом;

- стандартизований звіт (AA1000, SA8000, GRI, стандарти Саншайн тощо).

Для українських компаній характерна переважно довільна форма соціальної звітності. Вона є зручною для суб'єктів бізнесу, але не вважається достовірною та невизнана міжнародними організаціями. В той же час все більше з'являється компаній в Україні, які публікують соціальні звіти за вимогами міжнародного стандарту GRI (Global Reporting Initiative). Так,

наприклад, починаючи з 2009 р., компанія Lifecell щорічно публікує нефінансові звіти про свої результати у сфері корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку. У минулому році компанія перейшла на дворічний цикл у підготовці соціальних звітів за вимогами міжнародного стандарту GRI [144].

Окремі соціальні звіти видають або включають до консолідованої звітності лише кілька компаній, для решти принципи Договору є суто декларативними. Наявність інформації щодо місії організації, її відповідальності, свідомості діяльності та подарованих дитсадочкам різдвяних пакуночків з цукерками – не більше ніж поширена практика нівелювання вітчизняними компаніями поняття «соціальна відповідальність» [122].

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності у макроекономічному розрізі, то в Україні лише 10% компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу в 2008 р. готують та публікують нефінансові звіти. Для порівняння – із 250 компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80 % компаній, із 2200 компаній у країнах, що розвиваються, - 45 % компаній [22, с. 3]. Соціальна звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку.

В Україні діє Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності, Спільнота соціально-відповідального бізнесу; консультативна Рада з розробки Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Проте в Україні відсутні організації, які б аналізували і систематизували звітність компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності та достатня кількість фахівців у цій сфері. На сучасному етап економічного розвитку даний вид звітності складають лише окремі суб'єкти господарювання, а відповідальність за їх достовірність не визначено, відсутня чіткий взаємозв'язок з показниками фінансової та статистичної звітності.

Узагальнення результатів досліджень науковців щодо стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні свідчить, що рівень управління нею на державному і регіональному рівнях є достатньо низьким. Концепція корпоративної соціальної відповідальності, розроблена ще у 2005 році, так і не була затверджена, поняття корпоративної соціальної відповідальності у нормативних документах практично не використовується. На цьому фоні рекомендація МОН України щодо включення відповідної дисципліни у вибірккову частину навчальних планів економічних спеціальностей є виключенням. Також державою не було профінансовано жодного комплексного дослідження щодо рівня обізнаності бізнесу з поняттям корпоративної соціальної відповідальності, проблемами та особливостями його впровадження підприємствами різних форм власності, розмірів, галузевої та регіональної приналежності. Наявні дослідження були проведені за кошти міжнародних організацій і не охоплювали належним чином усього комплексу проблем.

Важливий вклад у розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу зробили вітчизняні громадські організації (ГО «Центр СВБ», ГО «Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», Глобальний договір ООН та ін.). Але, незважаючи на їх активну діяльність в умовах відсутності зацікавленості держави ідея соціальної відповідальності бізнесу не набула серед вітчизняних підприємств належного поширення. Окремі організації використовують надзвичайно широкий перелік ініціатив та інструментів з метою проінформувати суб'єкти підприємництва і стимулювати розвиток рівня їх соціальної відповідальності (рис. 2.8).

В Україні є приклади успішного впровадження соціальної відповідальності бізнесу, інтеграції її у стратегію розвитку компанії (про що свідчать щорічні публікації кращих вітчизняних практик за результатами проведення конкурсу кейсів з соціальної відповідальності серед українських компаній), але така практика використовується лише серед великих

підприємств. Більше того, кількість членів ГО «Центр СВБ», ГО «Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» протягом останніх 5 років зростала дуже повільно, а загальна кількість підписантів Глобального договору ООН навіть зменшилась.



Рис. 2.8. Ініціативи громадських організацій у сфері соціальної відповідальності на прикладі ГО «Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності»

Джерело: розроблено автором

Наведені вище факти поряд з бурхливим обговоренням проблем розвитку корпоративної соціальної відповідальності на загальноєвропейському та світовому рівнях, широких ініціативах урядів

країн світу у впровадженні сучасних інструментів стимулювання соціальної відповідальності дозволяє стверджувати, що саме відсутність державного регулювання цих процесів на національному рівні в Україні є причиною відсутності прогресу у цьому напрямі. Побудова засад державного регулювання у сфері корпоративної соціальної відповідальності має ґрунтуватись, перш за все, на розумінні його переваг і проблем, які будуть спричиненні невтручанням держави у цей процес.

На думку дослідника І.М. Царик, регулювання соціальної відповідальності бізнесу має свої особливості в умовах циклічності економіки. Проведений аналіз характеристик ринкового регулювання корпоративної соціальної відповідальності на різних стадіях економічних циклів дозволив вченому зробити висновок про необхідність різних пріоритетів державного впливу на соціальну компоненту діяльності підприємницьких структур відповідно до стадій середньострокових циклів. Так, на стадії депресії кризи найбільш пріоритетними напрямками державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу є сфера трудових відносин, політика якості, цінова політика та екологічна політика, банківське регулювання і нагляд, підприємницька політика, податкова політика, запровадження соціальної звітності, а на стадії підйому, поживлення економіки – антимонопольна політика, розвиток громадянського суспільства, інноваційна та інвестиційна політика, інформаційно-просвітницька робота, модернізація обладнання, благодійництво та спонсорство [160].

Цілком погоджуємось із думкою дослідника І.М.Царик, яка вважає, що корпоративну соціальну відповідальність слід розглядати в якості вмонтованого стабілізатора економіки, що передбачає встановлення її мінімального рівня відповідно до потреб суспільства і можливостей бізнесу на різних стадіях економічного циклу. З одного боку, стимулюється більший рівень соціальної активності підприємств на добровільних засадах, з іншого, за допомогою примусових, стимулюючих, забороняючих, стримуючих

заходів державні органи захищають суспільство від негативного впливу господарювання у тій мірі, якої вимагають темпи зростання чи падіння економіки. На основі економетричної регресійної моделі дослідником І.М. Царик доведено, що на стадіях пожвавлення та підйому економіки обсяг витрат на соціальну відповідальність бізнесу значною мірою залежить від фінансового результату підприємств та кількості об'єднань громадян, що впливають на підприємництво. Має місце значна кореляція соціальних витрат підприємств від одного з факторів моделі при незмінності іншого фактора. Причому, залежність від фінансового результату вища, ніж від кількості об'єднань громадян, що підтверджується частковими коефіцієнтами кореляції та бета-коефіцієнтами [160].

Отже, інституційна структура корпоративної соціальної відповідальності походить від трьох основних еволюційних форм: співвідношення приватної та публічної етики у комерційних питаннях, відповідальності підприємства перед найманими працівниками, власниками і партнерами, відповідальності бізнесу перед суспільством у культурній, освітній та екологічній сферах. Кожна із цих форм соціальної відповідальності породжує характерні інститути, які сприяють розвитку етики взаємодії бізнесу і суспільства, роблять ці взаємовідносини більш чіткими і прозорими. Актуальність проблематики корпоративної соціальної відповідальності у сучасному суспільстві сприяє тому, що інституційна структура постійно удосконалюється і з'являються нові інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які краще відповідають сучасним соціально-економічним реаліям.

Слід зазначити, що для реалізації державою стимулюючої спеціальної ролі корпоративної соціальної відповідальності можна використовувати такий потужний інструмент, як державно-приватне партнерство, соціальну звітність, податкове регулювання тощо.

На нашу думку, держава повинна розробити та впровадити вітчизняні стандарти корпоративної соціальної відповідальності, обов'язкові до виконання, поряд із добровільним запровадженням міжнародних стандартів ISO. І ці обов'язкові до виконання стандарти потрібно розробити із урахуванням особливостей підприємництва в Україні, зокрема, спрямувавши їх на забезпечення рівних умов ведення бізнесу.

Висновки до розділу 2

1. Визначено, що соціальна відповідальність бізнесу поступово стає важливою складовою стратегічного управління підприємствами в Україні. Проте у більшості випадків соціально-відповідальна активність останніх обмежується благодійництвом та філантропією, а обсяги соціальних інвестицій мають тенденцію до поступового скорочення. Важливими тенденціями у розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні є недостатня оцінка ступеня важливості соціальної відповідальності як фактора формування конкурентних переваг компанії, а також звужене її впровадження у практику управління, що призводить до виконання лише обов'язкових, визначених чинним законодавством норм.

2. Встановлено, що в Україні на макроекономічному рівні відсутній методологічний підхід оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу, а на рівні підприємств така оцінка здійснюється кожним суб'єктом підприємництва індивідуально на основі власних методик та методик, запропонованих вітчизняними або зарубіжними організаціями у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Доцільність запровадження загального методологічного підходу оцінювання соціальної відповідальності бізнесу на макроекономічному рівні обумовлюється можливістю одержати систематизовану інформацію з порівнюваними кількісно-якісними параметрами процесів, які відбуваються у сфері соціальної відповідальності підприємств, а також дасть можливість класифікувати цю інформацію за

регіональною та галузевою ознакою, створити необхідну інформаційну базу для розробки і постійного вдосконалення національної політики соціальної відповідальності бізнесу. Крім того, існує нагальна потреба у розробці методики оцінювання корпоративної соціальної відповідальності на мікрорівні та створенні прозорої системи представлення цієї інформації на інтернет-сайтах самих підприємств, галузевих сайтах або галузевих громадських організацій. Такий підхід дасть можливість підприємствам проводити оцінювання корпоративної соціальної відповідальності з метою отримання співставних результатів, забезпечить можливість проведення бенчмаркінгу рівня соціальної відповідальності бізнесу, визначення найкращих практик і найкращих підприємств у галузі або у територіальному розрізі.

3. Доведено, що принципи корпоративної соціальної відповідальності поступово інтегруються у діяльність суб'єктів господарювання. Обгрунтовано проведення аналізу стану розвитку корпоративної соціальної відповідальності на мезо- та макрорівні проводити на основі таких економічних показників: витрати на персонал, витрати на виконання науково-технічних робіт, екологічні платежі, витрати на благодійність, податок на прибуток. Відстежено протягом 2011-2016 рр. позитивна динаміка зростання загального обсягу витрат на цілі соціальної відповідальності бізнесу, зростання витрат на персонал, у тому числі в розрахунку на одного найманого працівника. Хоча в цілому динаміка суто економічних показників розвитку соціальної відповідальності не демонструє стрімкого зростання, але в умовах перманентної економічної та політичної кризи свідчить про позитивний розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

4. Визначено, що важливим показником рівня соціальної відповідальності підприємства перед працівниками є наявність і дієвість таких внутрішньоорганізаційних документів як колективний договір, положення про соціальну політику, положення про мотивацію праці та ін.

Динаміка укладання колективних договорів протягом 2011-2016 рр. має негативну динаміку як в цілому, так і за усіма видами економічної діяльності. Так, у розрізі видів економічної діяльності відстежено найвищу частку працівників, охоплених колективними договорами в освіті, охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги, найнижчу – у оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів та мотоциклів; тимчасовому розміщуванні й організації харчування

5. Узагальнення соціологічних та аналітичних обстежень щодо корпоративної соціальної відповідальності дозволяє віднести до основних стримуючих факторів розвитку корпоративної соціальної відповідальності – відсутність законодавчого регулювання, яке закріплює обов'язкові норми щодо відповідальних практик бізнес-структур, несприятливі соціально-економічне середовище та бізнес-клімат, функціональна неурегульованість зон соціальної відповідальності держави та бізнесу, що обумовлюється їх зниженою чутливістю до зобов'язань соціального характеру. Відстежено залежність рівня запровадження практик КСВ від розміру бізнес-структур, що дозволяє очікувати у ближній перспективі їх концентрацію на великих бізнес-структурах, які мають фінансові та управлінські можливості. Зазначено, що напрями і форми соціально-відповідальної діяльності у сучасному світі є настільки різноманітними, що кожна бізнес-структура при належній зосередженості може знайти прийнятний для себе спосіб соціально-відповідального ведення бізнесу.

6. Встановлено, що інституційна структура корпоративної соціальної відповідальності походить від трьох основних еволюційних форм: співвідношення приватної та публічної етики у комерційних питаннях, відповідальності підприємства перед найманими працівниками, власниками і партнерами, відповідальності бізнесу перед суспільством у культурній, освітній та екологічній сферах. Кожна із цих форм соціальної відповідальності породжує характерні інститути, які сприяють розвитку

етики взаємодії бізнесу і суспільства, роблять ці взаємовідносини більш чіткими і прозорими. Актуальність проблематики корпоративної соціальної відповідальності у сучасному суспільстві сприяє тому, що інституційна структура постійно удосконалюється і з'являються нові інструменти регулювання відповідальності бізнесу, які краще відповідають сучасним соціально-економічним реаліям. Представлена систематизація інститутів корпоративної соціальної відповідальності з урахуванням їх функцій та значення для розвитку відповідальності бізнесу на макрорівні враховує такі сучасні інститути, як політика енергозбереження, екстравертивні та інтровертивні інститути моніторингу.

7. Впровадження частиною вітчизняних бізнес-структур у власну діяльність міжнародних соціально-орієнтованих практик, підсилене існуючими ініціативами громадських організацій, очікує на підтвердження від держави реалізації функцій держави як соціального інституту та соціального партнера, що повинно проявлятися у встановленні цільових орієнтирів та зон відповідальності держави та бізнесу у економічних, соціальних та екологічних питаннях, створенні адекватних інституційних передумов для соціально активної діяльності бізнесу. Визначено, що основними сучасними методами державного регулювання соціальної відповідальності є економічні (державно-приватне партнерство, пільгові умови ведення бізнесу, особливості оподаткування) та правові (встановлення стандартів, гарантій та норм, за порушення яких передбачається певна відповідальність). Обґрунтовано доцільність розробки вітчизняних стандартів корпоративної соціальної відповідальності та запровадження державних вимог щодо обов'язковості їх дотримання з паралельним добровільним запровадженням міжнародних стандартів ISO.

Основні положення розділу 2 опубліковані автором у працях: [64; 66; 67; 68; 78; 79; 80; 82; 84; 193].

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНСТИТУЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

3.1. Обґрунтування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю

Практика управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності має певні відмінності у різних країнах світу. Разом з тим існує тенденція до уніфікації вимог до здійснення підприємствами різних аспектів соціально-відповідальної діяльності, що знаходить своє відображення у нормативних документах ООН, міжнародних організацій з питань соціальної відповідальності бізнесу і т.д. В Україні досвід управління корпоративною соціальною відповідальністю на національному рівні є меншим порівняно із країнами ЄС, адже ця проблема почала досліджуватись значно пізніше, а перші громадські організації у цій сфері, перші наукові дослідження, навчальні курси у вищих закладах освіти почали з'являтися лише наприкінці 1990-х – початку 2000-х рр. Тому Україна потребує розробки механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу, що буде відповідати особливостям економіко-соціального розвитку країни, тенденціям і стандартам регулювання корпоративної соціальної відповідальності у світі.

Доцільність цього конкретизується визначеними перевагами регулювання процесу розвитку корпоративної соціальної відповідальності та виникаючими проблемами за умови його неконтрольованості (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Ефекти управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності

Джерело: розроблено автором

Важливо відмітити, що зважена національна політика у сфері корпоративної соціальної відповідальності допомагає державі реалізовувати її соціальні функції за рахунок часткового поділу їх з бізнес-структурами, боротися з негативними суспільними явищами, стимулювати поширення хороших практик ведення бізнесу, розвиток громадянського суспільства за рахунок підвищення свідомості населення і активізації громадських організацій. В кінцевому рахунку такі дії держави позитивно впливають на поживлення національної економіки та її сталий розвиток.

Натомість відсутність національної політики у сфері соціальної відповідальності ставить під сумнів можливість розвитку інституту корпоративної соціальної відповідальності або робить цей розвиток

фрагментарним. Як наслідок, корпоративна соціальна відповідальність імплементується у стратегічну та операційну діяльність лише на окремих підприємствах, що не впливає суттєво на загальну динаміку національної економіки. Частина підприємств може впроваджувати корпоративну соціальну відповідальність, керуючись лише суто меркантильними інтересами підтримки іміджу відповідального підприємства у свідомості споживачів. Практика соціальної відповідальності, навіть за умови відсутності відповідного стимулювання з боку держави, буде поширюватись серед підприємств, які працюють на міжнародному ринку, якщо закордонні партнери вимагають підтвердження наявності сертифікації за одним із міжнародних стандартів соціальної відповідальності. Але у цьому випадку соціальна відповідальність буде виконувати лише конформістську функцію.

Загальноприйнято вважати основними такі методологічні підходи в управлінні корпоративною соціальною відповідальністю: ринковий підхід, підходи з позицій державного регулювання, корпоративного сумління, інтересів зацікавлених сторін. Зважаючи на специфічність реалізації корпоративної соціальної відповідальності, що першочергово обумовлена в сучасних умовах добровільністю дотримання бізнес-структурами соціально-відповідальної поведінки у своїй діяльності, за умови застосування адекватних форм державного регулювання буде сприяти поширенню соціально-відповідальної практики серед ширшого кола вітчизняних підприємств.

Визначальна роль у становленні корпоративної соціальної відповідальності на національному рівні належить державі, яка через інститути влади і представників громадянського суспільства стимулює участь суб'єктів підприємництва у забезпеченні стійкого розвитку. Не слід розглядати корпоративну соціальну відповідальність у якості заміника державної соціально-економічної, екологічної чи регіональної політики. Проте впровадження засад соціальної відповідальності бізнесу дає можливість державі більш успішно здійснювати вирішення таких важливих суспільних

проблем як покращення ресурсозбереження і енергоефективності, зменшення рівня екологічного забруднення і ліквідація наслідків екологічних аварій, забезпечення реалізації прав дітей, жінок, людей з обмеженими можливостями та ін. Моделі державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності мають певні відмінності у різних країнах світу, що було докладно розглянуто у пп. 1.3.

Ефективність державної політики регулювання корпоративної соціальної відповідальності буде залежати від чіткості поставлених стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку та залежної складової у її реалізації – пріоритетів та функціональної спрямованості інтеграції корпоративної соціальної відповідальності, злагожденості у взаємодії учасників управлінського процесу щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності, диференційованості вибору інструментів прямого та опосередкованого впливу, дотримання принципів соціальної відповідальності для відновлення довіри до органів державного управління.

Особливе місце у виборі методів регулювання корпоративної соціальної відповідальності займає визначення ролі держави у цьому процесі. З одного боку, саме держава є найбільш зацікавленою у передачі частини своїх соціальних функцій суб'єктам підприємництва, і цей підхід було покладено в основу регуляторного підходу у розвитку корпоративної соціальної відповідальності. З іншого боку, цілеспрямована діяльність держави, направлена на розширення і закріплення соціальної відповідальності компаній, суперечить принципу добровільності корпоративної соціальної відповідальності та принципам ринкової економіки. Такий підхід, який визнає переважне право суб'єктів бізнесу приймати рішення про способи і методи здійснення соціально-відповідальної діяльності, одержав назву добровільного. За добровільного підходу корпоративна соціальна відповідальність є неформальним правилом. Відповідно до неоінституційної теорії неформальні правила є сталими, закріплюються у пам'яті членів різних

соціальних груп і обумовлюються традиціями, чинною практикою і соціокультурними передумовами [117]. Основою взаємовідносин бізнесу і держави за добровільного підходу є домовленості і неофіційні контракти.

Регуляторний підхід, який передбачає визначальну роль держави у процесі розвитку соціальної відповідальності бізнесу і встановлення у зв'язку із цим нормативних зобов'язань для компаній, суперечить принципу добровільності корпоративної соціальної відповідальності, що є однією з основних її характеристик.

Інша точка зору на роль держави у становленні корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на тезі М. Фрідмана про те, що ефективний суспільний контроль над соціальною відповідальністю бізнесу є неможливий, тільки держава може належним чином здійснювати таке регулювання. А тому розвиток корпоративної соціальної відповідальності неминуче призводить до утворення суперечностей із принципами ринкової економіки, адже призводить до необхідності втручання держави у діяльність бізнесу [184].

Незважаючи на певну кількість критики щодо застосування регуляторного підходу до розвитку корпоративної соціальної відповідальності, саме цей підхід утвердився на рівні національних економік розвинених країн світу, а також був покладений в основу міжнародних нормативних документів у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Ґрунтуючись на тому, що саме держава повинна контролювати функціонування механізмів, які забезпечують виконання інституціональних норм і правил, більшість європейських країн йдуть шляхом формального закріплення вимог щодо обов'язкового звітування за усіма чи окремими аспектами соціально-відповідальної діяльності. Таким чином, добровільна за своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність перетворюється у регульовану державою діяльність. Ця тенденція поступово поширюється на міждержавний рівень, внаслідок чого Європарламент у своїх нормативних документах визнав корпоративну соціальну відповідальність як певну

сукупність добровільних ініціатив, законодавчих вимог і обов'язкових до виконання умов [159].

На основі різностороннього аналізу стану управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності в Україні та світі, практики соціально-відповідальної діяльності підприємствами та наукових розробок вітчизняних учених з цієї тематики удосконалено організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю як сукупність мети, завдань, принципів, функцій та основних напрямів національної економічної політики у цій сфері (рис. 3.2).

Основною метою побудови організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю визначено забезпечення сталого розвитку на основі встановлення співпраці держави та бізнесу як довгострокового орієнтиру, відповідно до чого поставлено такі завдання як [70]:

1) покращання вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем:

- зростання кількості суб'єктів бізнесу та покращення економічних показників їх діяльності (за рахунок покращення економічного клімату, податкового стимулювання соціально-відповідальних підприємств, налагодження діалогу і встановлення партнерських відносин між державною, регіональною, місцевою владою та бізнесом, використання чесних підприємницьких практик, виходу сертифікованих за соціальними стандартами підприємств на міжнародні ринки, здійснення співпраці із споживачами і додержання їх прав);

- розв'язання соціальних проблем суспільства (за рахунок фінансування підприємствами програм соціального захисту вразливих верств населення, залучення бізнесом громадських організацій і громадян для вирішення актуальних соціальних проблем, здійснення благодійництва та меценатства);

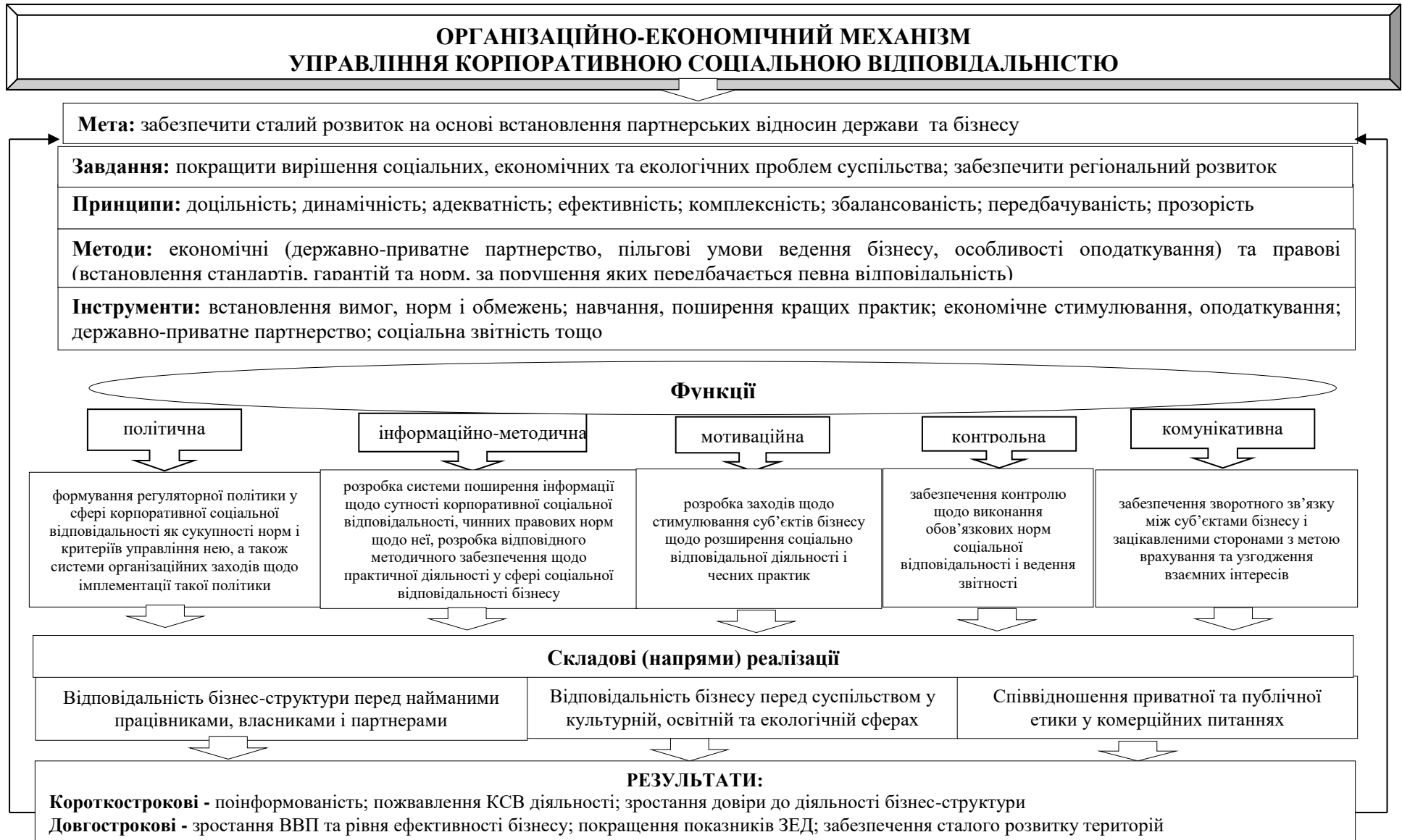


Рис. 3.2. Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю
Джерело: розроблено автором

- забезпечення еколого-економічної ефективності діяльності підприємств (за рахунок ресурсозбереження, застосування маловідходних і безвідходних технологій, зменшення забруднення навколишнього середовища, впровадження підприємствами заходів щодо компенсації шкоди навколишньому середовищу і здоров'ю людей);

2) забезпечення регіонального розвитку (за рахунок реалізації програм розвитку регіонів і громад, на території яких підприємства здійснюють свою діяльність, співпраці із регіональними і муніципальними органами влади і управління).

Організаційно-економічний механізм управління КСВ повинен функціонувати на основі таких принципів:

- доцільність – управління процесом розвитку корпоративною соціальною відповідальністю з метою вирішення існуючої проблеми має бути обґрунтовано необхідним;

- динамічність – використовувані з метою регулювання форми, методи, інструменти повинні бути не сталими, а гнучкими, змінюватись відповідно до світових тенденцій;

- адекватність - форми, методи, інструменти управління корпоративною соціальною відповідальністю повинні відповідати потребам у вирішенні існуючих проблем і враховувати усі існуючі альтернативи;

- ефективність – за рахунок управління процесом розвитку корпоративної соціальної відповідальності мають бути досягнуті максимально можливі результати за умови мінімально необхідних витрат держави, суб'єктів бізнесу та громадян;

- комплексність – процес управління корпоративною соціальною відповідальністю повинен враховувати інші потреби і проблеми розвитку економіки і сприяти їх одночасному вирішенню;

- збалансованість – управління корпоративною соціальною відповідальністю повинно забезпечувати баланс інтересів держави, суб'єктів бізнесу та громадян;

- передбачуваність – регуляторна діяльність у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна відповідати цілям національної економічної політики та бути плановою;

- прозорість та врахування громадської думки – відкритість регуляторної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності на усіх етапах здійснення для юридичних та фізичних осіб, оприлюднення інформації про результати управління процесом розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Важливою складовою організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю є його функції. Вважаємо, що у обов'язковими функціями такого механізму, які у повній мірі виправдовують його мету, мають бути:

- політична – полягає у формуванні регуляторної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності як сукупності норм і критеріїв управління нею, а також системи організаційних заходів щодо імплементації такої політики;

- інформаційно-методична – полягає у розробці системи поширення інформації щодо сутності корпоративної соціальної відповідальності, чинних правових норм щодо неї, а також розробка відповідного методичного забезпечення щодо практичної діяльності у сфері соціальної відповідальності бізнесу;

- мотиваційна – включає розробку заходів щодо стимулювання суб'єктів бізнесу щодо розширення соціально-відповідальної діяльності і чесних практик;

- контрольна – полягає у забезпеченні контролю щодо виконання обов'язкових норм соціальної відповідальності і ведення звітності;

- комунікативна – передбачає забезпечення зворотного зв'язку між суб'єктами бізнесу і зацікавленими сторонами з метою врахування та узгодження взаємних інтересів.

Найбільш ефективними інструментами державного управління корпоративною соціальною відповідальністю, які можуть застосовуватись у складі організаційно-економічного механізму, є: встановлення вимог, норм і обмежень (вимоги трудового законодавства, нормативи щодо охорони праці, працевлаштування інвалідів, якості продукції, можуть бути введені вимоги щодо складання і оприлюднення не фінансової звітності та вимоги до її змісту); навчання, поширення кращих практик (загальнодержавні і регіональні конкурси на кращі практики, розрахунок індексів соціальної відповідальності, організація семінарів, видання методичної літератури з метою передачі кращого досвіду); економічне стимулювання, оподаткування (податкові пільги для соціально-відповідальних підприємств, податкові пільги для юридичних осіб, які направляють кошти на благодійництво).

Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю передбачає досягнення певних короткострокових і довгострокових результатів. Слід відмітити, що соціальна відповідальність бізнесу є сферою, у якій досягнення значних результатів у короткостроковому періоді не є можливим, адже переорієнтування компанії на нові принципи роботи вимагає змін у свідомості як керівників, так і виконавців. Крім того, результат є важко вимірюваним, адже складно виділити вплив на національну економіку від управління корпоративною соціальною відповідальністю та інших сфер економічної діяльності.

Тому у короткостроковому періоді слід орієнтуватись на такі результати як покращення рівня поінформованості фізичних і юридичних осіб про зміст, переваги і особливості корпоративної соціальної відповідальності і, як наслідок поширення цих знань, на поживлення

корпоративної соціальної відповідальності діяльності у вигляді започаткування підприємствами окремих ініціатив, участі суб'єктів підприємництва у роботі вітчизняних і міжнародних організацій, які спеціалізуються на питаннях соціальної відповідальності.

Більш значних результатів можна досягнути за рахунок управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності у довгостроковому періоді: зростанні ВВП та рівня ефективності бізнесу (за рахунок підвищення продуктивності праці і покращення якості товарів, послуг; збільшення рівня прибутковості підприємств); покращення показників ЗЕД (покращання іміджу українських підприємств за рахунок сертифікації згідно міжнародних стандартів з корпоративної соціальної відповідальності, збільшення кількості міжнародних контрактів, вихід українських підприємств на нові ринки збуту); забезпечення розвитку регіонів (впровадження регіональних і територіальних програм економічного, екологічного і соціального напрямів, в тому числі у співпраці з місцевими органами влади і господарювання; створення нових робочих місць і збільшення відповідних податкових надходжень у місцеві бюджети); вирішення соціальних та екологічних проблем підприємств (покращення умов праці і соціального забезпечення за рахунок зростання лояльності працівників, встановлення балансу між роботою і сім'єю, покращенню можливостей підприємства фінансувати соціальні та екологічні програми за рахунок зростання обсягу прибутку).

На думку О.В. Ворони, національна політика у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна бути узгоджена із напрямками і завданнями соціально-відповідальної діяльності суб'єктів бізнесу та стати частиною їх стратегії [26].

На основі власних досліджень і результатів, отриманих іншими науковцями, нами було розроблено систему завдань і форму здійснення соціально-відповідальної діяльності, які узгоджуються із цілями національної економічної політики у цій сфері (табл. 3.1).

Таблиця

**Взаємозв'язок цілей національної економічної політики у сфері КСВ
із практичними напрямками її втілення у діяльність суб'єктів
підприємництва**

№	Цілі національної економічної політики у сфері КСВ	Завдання КСВ діяльності компаній	Форми здійснення КСВ діяльності
1.	Задоволення суспільних потреб у якісних товарах і послугах	Підвищення якості і збільшення обсягу виробництва товарів і послуг; узгодження якісних характеристик товарів і послуг з європейськими і світовими стандартами; забезпечення стійкої фінансово-господарської діяльності	Впровадження системи менеджменту якості; сертифікація за міжнародними стандартами якості та управління
2.	Поширення чесних практик ведення бізнесу	Відмова від використання нечесних методів конкурентної боротьби; формування етичних ланцюгів постачань; впровадження чесних практик ведення бізнесу; відмова від корупції	Сертифікація за міжнародними стандартами у сфері КСВ
3.	Підвищення конкурентоспроможності галузей та окремих підприємств	Узгодження цілей КСВ із стратегією підприємства; підвищення рівня конкурентоспроможності продукції і підприємств	Сертифікація за міжнародними стандартами у сфері КСВ, інтеграція КСВ діяльності у стратегію компанії
4.	Забезпечення охорони навколишнього середовища	Дотримання екологічних нормативів; використання екологічнобезпечних технологій; попередження і ліквідація наслідків екологічних аварій	Здійснення КСВ діяльності екологічного напрямку, впровадження системи «зеленого офісу»
5.	Підвищення рівня ресурсозбереження	Підвищення рівня енергоефективності технологій; використання альтернативних джерел енергії; мінімізація використання ресурсів	Плани і програми з ресурсозбереження, впровадження системи «зеленого офісу»
6.	Вирішення соціально-економічних проблем територій	Підтримка важливих для підприємства груп стейкхолдерів і програм місцевого розвитку	Благодійництво, участь у програмах розвитку територій
7.	Вирішення соціально-економічних проблем найманого персоналу	Розвиток персоналу; підвищення безпеки праці; справедлива винагорода праці; покращення соціального забезпечення	Контроль за додержанням трудового законодавства; організація навчання і розвитку персоналу

Джерело: розроблено автором на основі [26]

Впровадження організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю включає чотири етапи: підготовчий, організаційний, стимулювання, контроль. З цією метою нами було розроблено модель, яка дозволяє на основі принципів, мети і завдань такого організаційно-економічного механізму узгоджувати інтереси зацікавлених сторін, а також забезпечувати безперервне і циклічне проходження етапів планування, організації, стимулювання і контролю цього процесу (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Етапи впровадження організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю

Джерело: розроблено автором

Детальніше організаційно-економічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю описані нами у [65].

Для визначення конкретних кроків, етапів та загроз, які можуть виникнути у процесі державного управління корпоративною соціальною відповідальністю розроблено стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності, яка може стати ефективним інструментом управління та впливу на сталий розвиток національної економіки (рис. 3.4).

Стратегія корпоративної соціальної відповідальності має містити основні три взаємодіючі складові: економічну, екологічну та соціальну.

Оцінювання загального ефекту від здійснення державного управління у сфері корпоративної соціальної відповідальності можливе шляхом порівняння витрат на розробку і адміністрування регуляторної політики щодо корпоративної соціальної відповідальності та обсягу додаткових доходів (або зменшення витрат), пов'язаних із функціонуванням національної економіки.

Формування корпоративної соціальної відповідальності можливе за рахунок взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б забезпечили взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя та враховували інтереси всіх зацікавлених сторін (стейкхолдери): органів державної влади і місцевого самоврядування; суб'єктів бізнесу; організації громадянського суспільства; вищі навчальні заклади та наукові та дослідницькі інституції [76].

Отже, основою ефективного управління корпоративною соціальною відповідальністю є формування відповідного організаційно-економічного механізму як сукупності цілей, принципів, методів впливу на процес соціально-відповідальної діяльності. В свою чергу, держава і бізнес в процесі впровадження корпоративної соціальної відповідальності повинні керуватись стратегічним баченням і орієнтацією на одержання довгострокових ефектів.

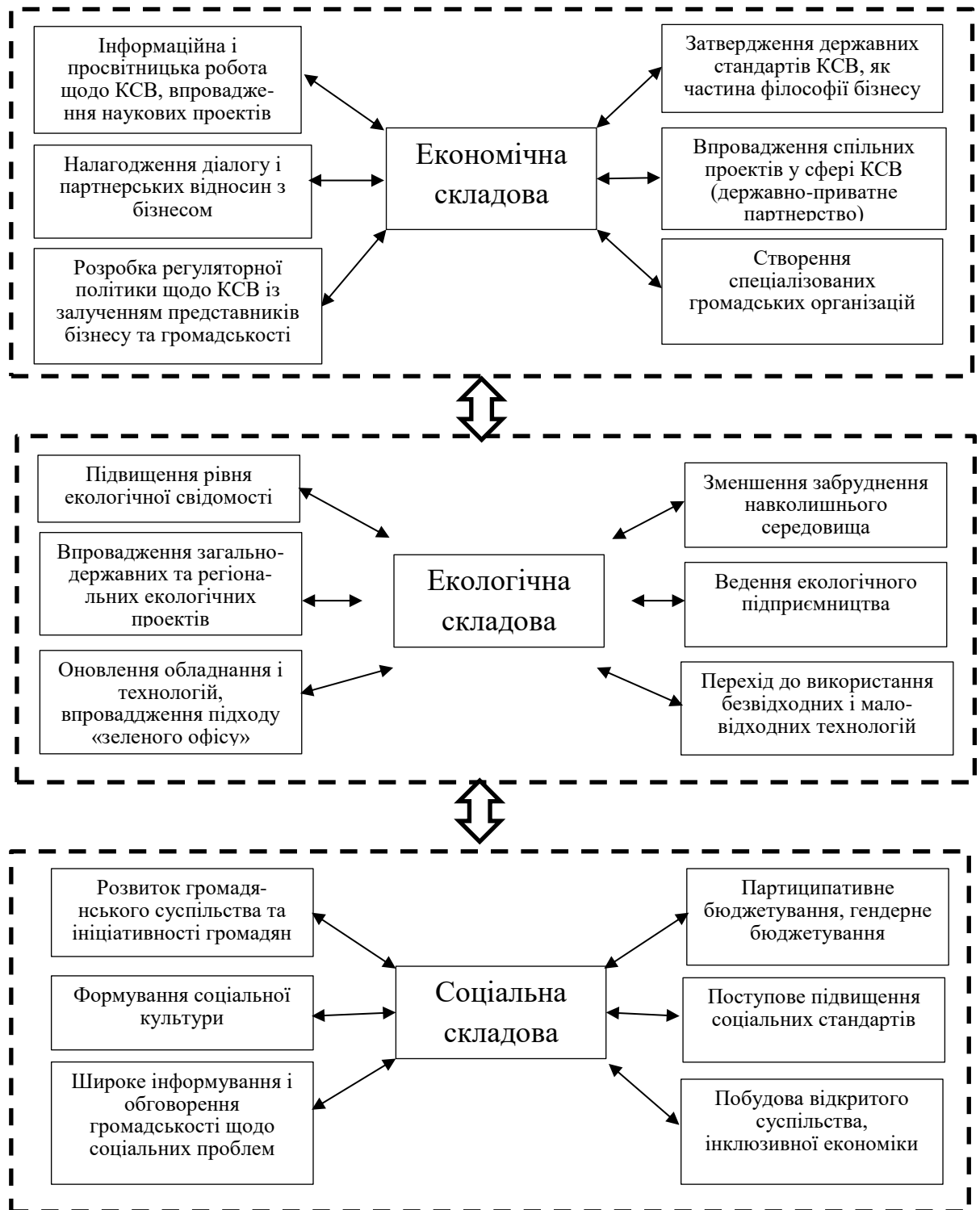


Рис. 3.4. Стратегічні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Джерело: розроблено автором

3.2. Розробка методичних положень оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні

Система оцінювання є важливою складовою організаційно-економічного механізму управління, яка дозволяє забезпечити контроль за процесом, визначити його слабкі і сильні сторони та віднайти резерви для покращення. На основі аналізу практики оцінювання рівня управління нами було визначено, що з цією метою найкраще використовувати розрахунок інтегрального індексу. Це обумовлюється наступними причинами:

1) корпоративна соціальна відповідальність є багатостороннім явищем, яке включає економічні, соціальні та екологічні аспекти. Відповідно, процес управління корпоративною соціальною відповідальністю не може бути оцінений за допомогою одного або кількох показників, вимагає комплексного підходу;

2) корпоративна соціальна відповідальність є абстрактним поняттям, яке знаходиться у постійному розвитку, відповідно зростають вимоги до неї як до об'єкту управління та змінюються її характеристики. Тому система оцінювання процесу управління корпоративною соціальною відповідальністю повинна бути достатньо гнучкою, що найкраще забезпечити через розрахунок інтегрального індексу;

3) абстрактний характер категорії корпоративної соціальної відповідальності також означає, що відсутні показники, які б чітко і однозначно характеризували процес управління нею. Натомість цілу низку показників можна використовувати з метою опосередкованої оцінки. Тому є потреба у пошуку певного синтетичного показника, який би з великим ступенем достовірності давав би характеристику рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Запропоновані нами методичні положення розрахунку інтегрального індексу управління корпоративною соціальною відповідальністю має на меті:

1) оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю на рівні національної економіки; 2) визначення кращих регіонів, вивчення і поширення кращої практики управління корпоративною соціальною відповідальністю [64; 77].

Процес розробки методичних положень оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю включає сім етапів (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Етапи процесу розробки методичних положень оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

Джерело: розроблено автором

Перший етап. Для визначення рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю нами були відібрані такі показники, які характеризують економічні, соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємств (Додаток А). До групи економічних було включено такі показники: капітальні інвестиції; капітальні інвестиції на одну особу; кількість суб'єктів ЄДРПОУ; кількість юридичних осіб; валовий внутрішній продукт у розрахунку на одну особу; фінансові результати підприємств до оподаткування; рентабельність операційної діяльності підприємств; кількість інноваційно-активних підприємств у промисловості; витрати на інноваційну діяльність підприємств; впроваджено інноваційних процесів; впроваджено інноваційних видів продукції; обсяг інноваційної продукції.

Показники відбирались у групу з огляду на сутність економічної складової соціальної відповідальності, що відображає обов'язок підприємства використовувати ресурси ефективно, створювати прибуток, інвестувати одержаний прибуток у розширення виробництва, впроваджувати інновації з метою модернізації виробництва і випуску продукції, яка буде задовольняти потреби. Тому до початкового складу групи економічних показників рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності увійшли показники діяльності підприємств, які відображають обсяг створеного прибутку і рівня рентабельності, показники капітальних інвестицій (в тому числі на одну особу) та інноваційної діяльності. Також з точки зору управління на національному рівні важливими показниками соціальної відповідальності є такі макроекономічні показники як обсяг валового внутрішнього продукту (в тому числі на одну особу) та кількість суб'єктів підприємництва.

До групи соціальних показників включено: капітальні інвестиції у житлове будівництво; роздрібний товарооборот підприємств; оборот роздрібною торгівлі на одну особу; кількість укладених і зареєстрованих колективних договорів; кількість працівників, охоплених колективними

договорами; середньооблікова кількість штатних працівників; середня заробітна плата; кількість найманих працівників підприємств, установ, організацій; доходи населення у вигляді заробітної плати.

Показники відбирались у групу на основі такої логіки: соціальна складова відповідальності бізнесу відображає обов'язок підприємства покращувати умови праці і життєвого рівня працівників (шляхом збільшення розміру заробітної плати, створення умов для забезпечення житлом, зростання обсягу роздрібною торгівлі і збільшення обсягу споживання, забезпечення прав і гарантій працівникам через укладання колективних договорів. Також з точки зору управління на національному рівні важливими показниками соціальної відповідальності є такі макроекономічні показники як кількість найманих і штатних працівників (як відображення відповідальності підприємства вести чесний облік та оформлення персоналу та забезпечувати зростання виробництва, що супроводжується збільшенням кількості працюючих) та обсяг виплат населенню у вигляді заробітної плати.

До групи екологічних показників включено: капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища; поточні витрати на охорону навколишнього середовища; частка оборотної і послідовно (повторно) використаної води в загальному обсязі використання води на виробничі потреби; обсяг викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення; обсяги скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти; потужність очисних споруд; обсяг пред'явленого екологічного податку; обсяг пред'явлених штрафних санкцій за правопорушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища; частка фактично сплаченого екологічного податку до загальної суми пред'явленого.

Показники відбирались у групу на основі таких міркувань: екологічна складова соціальної відповідальності бізнесу відображає здатність і наміри підприємства зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище, що

може бути оцінено через економічні показники (обсяг капітальних інвестицій та поточних витрати на екологічні цілі), а також через показники, які характеризують динаміку забруднення (та динаміку зменшення забруднення) навколишнього середовища. Також важливими для оцінки рівня екологічної відповідальності є показники, які характеризують обсяг податкових зобов'язань за порушення чинного екологічного законодавства та податкову дисципліну підприємств у сфері екологічних платежів.

Другий етап. Аналіз сукупності показників і відбір тих, вплив яких на рівень корпоративної соціальної відповідальності підтверджується статистично (початкова матриця значень показників наведена у Додатку Б). Задача другого етапу була вирішена за допомогою багатомірного факторного аналізу із використанням програмного забезпечення SPSS. Хоча окремі завдання цього етапу можна було вирішити за допомогою кореляційного та регресійного аналізу, проте саме багатомірний факторний аналіз дає можливість виконати найбільшу сукупність задач, а саме: вивчити внутрішню структуру у системі первинного набору показників рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю; визначити найбільш інформативні показники; визначити показники, взаємозв'язок яких з іншими є незначним і які можуть бути вилучені із загальної сукупності.

Методика проведення дослідження за допомогою багатомірного факторного аналізу. Важливою особливістю багатомірного факторного аналізу є його здатність на базі внутрішньої структури матриці коефіцієнтів парної кореляції між показниками рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю визначити причини корольовання таких показників. Кінцевою метою використання багатомірного факторного аналізу для дослідження рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю є оптимізація кількості показників, а також приведення значного числа статистично важливих показників до меншої кількості незалежних впливових величин, які називають факторами. При цьому кожен

з факторів рівня управління корпоративної соціальної відповідальності об'єднує певну кількість первинних показників, які сильно корелюють між собою, а показники з різних факторів корелюють між собою слабо. Таким чином, метою використання багатомірного факторного аналізу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю є пошук таких комплексних факторів, які найкращим чином можуть пояснити зв'язки між первинними показниками.

Перший крок процедури багатомірного факторного аналізу передбачав стандартизацію заданих значень змінних (первинного набору показників), розрахунок за допомогою стандартизованих значень коефіцієнтів кореляції Пірсона між усіма змінними. В результаті була одержана кореляційна матриця, для якої були визначені власні значення показників і відповідні їм вектори (були визначені з використанням оціночних значень діагональних елементів матриці – відносних дисперсій простих факторів) (додаток Б). У процесі багатомірного факторного аналізу власні значення сортуються у порядку зменшення, для чого відбирається стільки факторів, скільки є власних значень, які перевищують по величині одиницю. Власні вектори, які відповідають цим власним значенням, утворюють фактори, які характеризуються елементами власних векторів – факторними навантаженнями. Значення факторного навантаження слід розуміти як коефіцієнти кореляції між відповідними змінними – показниками рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю та синтетичними факторами. Для вирішення цієї задачі у статистиці використовують велику кількість методів, але нашому дослідженні ми використали найбільш поширений – метод головних компонент. Прямий факторний розв'язок має наступний зміст: розраховані k синтетичні фактори визначають k -вимірний простір, у якому початкові показники є точками. Значення факторних навантажень є координатами точок-початкових показників у цьому просторі відносно факторів як осей координат. Але

прямий факторний розв'язок дає тільки загальне уявлення про розмірність факторного простору, не дає однозначного визначення напряму факторів-осей, тому прямий розв'язок є лише проміжним етапом.

Для однозначного вирішення задачі визначення факторів виконують задачу повороту факторів, суть якої полягає у пошуку такої системи координат, яка може дати найбільш ефективні результати для аналізу. Для здійснення процедури обертання нами був обраний метод Варімакс, який є найбільш надійним для даного типу задач і виконується на основі ортогонального обертання, яке з метою одержання оптимального результату може бути проведено багаторазово. Факторні навантаження оберненої матриці розглядаються як результат факторного аналізу, але кінцевим кроком є пошук пояснення змісту синтетичних факторів на основі значень факторних навантажень. Ці факторні коефіцієнти дають кількісну характеристику прямо не вимірюваним економічним явищам і забезпечують можливість порівняльного аналізу на вищому рівні узагальнення.

Інтерпретація матриці обернених факторних навантажень полягає у пошуку коефіцієнтів, які найкраще відображають значення факторів (тобто відшукуються найбільші значення факторних навантажень для кожного первинного показника). Таким чином, до складу конкретного фактора включається кілька показників, значення факторних навантажень яких є найбільшими. Одержані найбільші значення факторних навантажень для кожного фактора сумуються і складають значення синтетичного фактора. Проблемою цього етапу є прийняття рішення про включення того чи іншого показника до складу синтетичного фактора на основі оцінки значення факторного навантаження, іншими словами цей етап потребує прийняття рішення про те, яке значення факторного навантаження можна вважати вагомим. Це питання можна вирішити на основі загальних підходів [19], визнати вагомим значення не менше 0,3 [163] або більше 0,65 [27]. Для цілей даного дослідження нами був обраний останній підхід.

На основі оцінки значення факторного навантаження ми приймали такі рішення:

1) показник включається до складу одного синтетичного фактора (для якого значення факторного навантаження є найбільшим),

2) показник включається до складу кількох синтетичних факторів (якщо значення факторних навантажень є вагомим і приблизно однаковими для кількох синтетичних факторів),

3) показник не включається до складу жодного із синтетичних факторів (якщо значення факторних навантажень для усіх синтетичних факторів не є вагомими). Роз'яснення результатів багатомірного факторного аналізу здійснювалось нами на основі абстрактно-логічного методу досліджень.

Так як первинний набір показників рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю був достатньо великим, а статистична надійність цих показників для вирішення поставленої задачі була для нас невідомою, то другий етап був виконаний нами у два підетапи. Перший підетап багатомірного факторного аналізу дозволив нам визначити перелік показників, які слабо корелюють з іншими, що дозволило вилучити їх із загальної сукупності показників.

Розрахована у процесі виконання першого підходу загальна пояснена дисперсія та повернуті суми квадратів навантажень показали, що первинна сукупність показників пояснює 98,6% варіації рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю. Але подальші розрахунки на основі обороту факторів за методом Варімакс з нормалізацією Кайзера показали, що значна частина показників є малоінформативними, а утворені на їх основі синтетичні фактори не можуть мати логічного пояснення (табл. 3.2).

Власне, такий висновок означав, що первинна сукупність була обрана неправильно, і представлені у ній фактори між собою не пов'язані, відповідно, не можуть бути оцінені і описані. Тому показники із низьким значенням факторних навантажень у матриці обернених компонент були

вилучені при подальшому аналізі. Результати тестового варіанту багатомірного факторного аналізу (на основі 31 змінної) подані у Додатку В.

Таблиця 3.2

Матриця обернених компонент (31 змінна)

Фактори (показники)	Компонента			
	1	2	3	4
VAR00001	0,236	0,806	0,132	0,508
VAR00002	0,036	0,852	0,108	0,490
VAR00003	-0,351	0,925	-0,138	-0,025
VAR00004	-0,353	0,927	-0,116	-0,023
VAR00005	-0,668	0,706	-0,180	0,114
VAR00006	-0,697	0,691	-0,135	0,133
VAR00007	0,934	-0,167	-0,137	0,283
VAR00008	0,837	-0,042	-0,302	0,454
VAR00009	0,652	-0,145	0,693	-0,270
VAR00010	0,015	0,331	-0,152	0,905
VAR00011	0,535	-0,575	0,467	0,405
VAR00012	-0,323	0,507	0,789	0,126
VAR00013	-0,170	0,910	-0,323	0,002
VAR00014	-0,520	0,852	0,046	-0,026
VAR00015	-0,613	0,788	0,047	0,037
VAR00016	0,811	-0,537	0,057	0,134
VAR00017	0,891	-0,438	0,075	0,081
VAR00018	0,880	-0,442	0,167	0,009
VAR00019	-0,646	0,756	-0,090	0,022
VAR00020	0,849	-0,500	0,150	-0,035
VAR00021	-0,536	0,649	0,477	0,242
VAR00022	-0,475	0,862	-0,096	0,104
VAR00023	-0,972	0,221	0,020	-0,076
VAR00024	0,939	-0,226	0,252	0,024
VAR00025	0,945	-0,282	-0,098	-0,076
VAR00026	0,749	-0,332	,535	-0,184
VAR00027	-0,269	0,736	0,354	-0,420
VAR00028	-0,483	0,613	0,259	-0,558
VAR00029	0,235	-0,365	0,850	-0,198
VAR00030	-0,475	0,866	-0,076	0,100
VAR00031	0,806	-0,119	0,249	0,490

Примітки: Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Метод обертання: Варімакс з нормалізацією Кайзера.

Джерело: складено автором

Описана вище процедура факторного аналізу була проведена повторно. До матриці були включені 11 факторів - №1, 7, 10, 11, 13, 17, 18, 21, 22, 30, 31 як найбільш суттєві (повний варіант розрахунків наведено у Додатку Г).

Результати багатомірного факторного аналізу скороченої сукупності показників засвідчили його достовірність. Так, включені у розрахунок компоненти роз'яснюють у цілому 87,3% загальної варіації рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю, що є достатньо високим показником. Взяті у розрахунок компоненти сформуливали за результатами розрахунків 2 синтетичних факторів (табл. 3.3), для розрахунку проводились на основі методу аналізу головних компонент.

Таблиця 3.3

Повна пояснена дисперсія

КомпONENTA	Початкові власні значення			Суми квадратів навантажень обертання		
	разом	% дисперсії	кумулятивний %	разом	% дисперсії	кумулятивний %
1	6,794	61,766	61,766	5,796	52,693	52,693
2	2,804	25,487	87,252	3,802	34,560	87,252
3	0,909	8,264	95,516			
4	0,453	4,115	99,631			
5	0,041	0,369	100,000			
6	3,513E-016	3,193E-015	100,000			
7	1,392E-016	1,265E-015	100,000			
8	3,178E-017	2,889E-016	100,000			
9	-6,866E-017	-6,242E-016	100,000			
10	-1,825E-016	-1,659E-015	100,000			
11	-3,545E-016	-3,223E-015	100,000			

Примітка. Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Джерело: складено автором

Склад синтетичних факторів був встановлений на основі результатів обертання компонент, з цією метою використовувався метод Варімакс з нормалізацією Кайзера. Обертання зійшло за 3 ітерації. В результаті була

одержана обернена матриця факторних навантажень, у якій для визначення складу синтетичного фактора нами було визначено найбільші значення обернених компонент (значення обернених компонент, які увійшли до складу синтетичних факторів, виділено жирним у табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Матриця обернених компонент

Фактори (показники)	Компонента	
	1	2
VAR00001	0,125	0,968
VAR00007	0,938	0,087
VAR00010	0,232	0,790
VAR00011	0,869	-0,186
VAR00013	-0,510	0,722
VAR00017	0,944	-0,247
VAR00018	0,921	-0,291
VAR00021	-0,516	0,642
VAR00022	-0,678	0,727
VAR00030	-0,677	0,729
VAR00031	0,954	0,245

Примітки: Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Метод обертання: Варімакс з нормалізацією Кайзера.

Джерело: складено автором

Одержана обернена матриця факторних навантажень дозволила чітко визначити приналежність компонент до того чи іншого фактора, усі компоненти були прийняті у розрахунок синтетичних факторів, жодна із компонент не належить до двох факторів одночасно.

Значення факторних навантажень є додатними, отже взаємозв'язок усіх показників сукупності із рівнем управління корпоративною соціальною відповідальністю є прямим. П'ять з 11 компонент мають значення більше 0,9 (дуже високий рівень кореляції), п'ять – значення від 0,7 до 0,9 (високий рівень кореляції), одна – значення від 0,5 до 0,7 (середній рівень кореляції). Отже, до складу синтетичного фактора 1 увійшли 5 компонент, до складу синтетичного фактора 2 – 6 компонент.

Третій етап передбачає формування і роз'яснення комплексних показників (синтетичних факторів), які характеризують рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю. Інтерпретація одержаних синтетичних факторів дозволила констатувати, що синтетичні фактори мають логічне пояснення, отже, наша гіпотеза про вплив обраної сукупності показників на рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю виявилась вірною. Для підтвердження цього розглянемо одержані синтетичні фактори.

До складу синтетичного фактора 1 увійшли такі 5 первинних компонент: фінансові результати підприємств до оподаткування (0,938); впроваджено інноваційних процесів (0,869); кількість працівників, охоплених колективними договорами (0,944); середньооблікова кількість штатних працівників (0,921); обсяг інноваційної продукції (0,954). Значення синтетичного фактора 1 становить 4,626. Компоненти, які входять до складу синтетичного фактора 1 відображають фінансову спроможність підприємства (фінансовий результат), рівень інноваційності і фінансову можливість впроваджувати інновації (обсяг інноваційної продукції, кількість впроваджених інноваційних процесів), а також соціальну зорієнтованість підприємства через кількість охоплених колективними договорами працівників та середньооблікову кількість штатних працівників. Також показник кількості впроваджених інноваційних процесів може бути оцінений і як соціальний за змістом, адже інноваційні процеси мають на меті полегшити і збагатити працю найманого персоналу. За своїм логічним змістом синтетичний показник 1 одержав назву соціально-економічний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю.

До складу синтетичного фактора 2 увійшли такі 6 показників: капітальні інвестиції (0,968); витрати на інноваційну діяльність підприємств (0,790); капітальні інвестиції у житлове будівництво (0,722); капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища (0,642); поточні витрати на

охорону навколишнього середовища (0,727); доходи населення у вигляді заробітної плати (0,729). Значення синтетичного фактора 2 складає 4,578. За своїм економічним змістом синтетичний фактор 2 одержав назву «фінансово-інвестиційний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю».

Одержані синтетичні показники майже рівні за значенням, отже їх вплив на формування рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю є практично однаковим.

Отже, одержані результати багатомірного факторного аналізу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю дозволяють зробити наступні висновки:

1) найбільш вагомими для оцінки рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю показниками у національному масштабі є такі: фінансові результати підприємств до оподаткування; впроваджено інноваційних процесів; кількість працівників, охоплених колективними договорами; середньооблікова кількість штатних працівників; обсяг інноваційної продукції; капітальні інвестиції; витрати на інноваційну діяльність підприємств; капітальні інвестиції у житлове будівництво; капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища; поточні витрати на охорону навколишнього середовища; доходи населення у вигляді заробітної плати;

2) 11 визначених нами показників рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю доцільно об'єднати у 2 синтетичні фактори, кожен з яких має вагомий вплив на рівень досліджуваного процесу: соціально-економічний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю, який обумовлює 52,7% варіації ознаки, та показник рівня фінансування витрат на цілі управління корпоративною соціальною відповідальністю, який обумовлює 34,6% зміни ознаки. У

сукупності синтетичні фактори визначають 87,3% варіації досліджуваної ознаки – рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Четвертий етап. Побудова інтегрального індексу управління корпоративною соціальною відповідальністю здійснювалась на основі відібраних у синтетичні фактори показників. Інтегральний підхід у розрахунку рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю був реалізований шляхом здійснення таких кроків як нормування показників, визначення ваги показників у блоках, визначення ваги блоків показників у інтегральному індексі, розрахунок індексу по кожному блоку показників у національному і регіональному розрізі, розрахунок інтегрального індексу по кожному блоку показників у національному і регіональному розрізі (додаток Д).

Нормування обраних показників передбачало визначення нормативного значення, з яким будуть порівнюватись фактичні значення кожного показника. При розрахунку територіальних індексів допускається у якості бази розрахунку використовувати кількісні показники території, на якій якісний показник є найкращим; кількісний показник, взятий за стандарт; середній розмір кількісного показника по сукупності порівнюваних територій. Враховуючи економічний зміст обраних нами показників та особливості їх динаміки за досліджуваний період нами було прийнято рішення взяти за базу порівняння найкращий річний рівень середнього показника по сукупності порівнюваних територій (табл. 3.5).

Процедура нормування передбачала порівняння фактичного значення показника із базовим значенням. Так як усі обрані нами показники за своїм змістом є показниками-стимуляторами, то розрахунок проводився за формулою:

$$y_{ijr} = \frac{x_{ijr}}{x_{st ij}} \quad (3.1)$$

де y_{ijr} – нормоване значення j -го показника в i -тому блоці показників по r -ному регіону,

x_{ijr} – фактичне значення j -го показника в i -тому блоці показників по g -ному регіону,

x_{stij} – базове значення j -го показника в i -тому блоці показників по g -ному регіону.

Таблиця 3.5

Індикатори рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

№	Назва показника	Нормативне значення	Характер впливу на рівень управління КСВ
1. Соціально-економічний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю			
1.1	Фінансові результати підприємств до оподаткування, млн. грн.	9843,7	Стимулятор
1.2	Впроваджено інноваційних процесів, од.	86	Стимулятор
1.3	Кількість працівників, охоплених колективними договорами, тис. осіб	358,7	Стимулятор
1.4	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	410,4	Стимулятор
1.5	Обсяг інноваційної продукції, млн. грн.	692,4	Стимулятор
2. Фінансово-інвестиційний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю			
2.1	Капітальні інвестиції, млн. грн.	10930,2	Стимулятор
2.2	Витрати на інноваційну діяльність підприємств, млн. грн.	573,4	Стимулятор
2.3	Капітальні інвестиції у житлове будівництво, млн. грн.	1824,4	Стимулятор
2.4	Капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища, млн. грн.	318,4	Стимулятор
2.5	Поточні витрати на охорону навколишнього середовища, млн. грн.	676,6	Стимулятор
2.6	Доходи населення, млн. грн.	53269,4	Стимулятор

Джерело: розроблено автором

Наступний крок передбачав проведення процедури зважування кожного із показників у складі двох блоків. Ваги визначались на основі значень обернених факторних навантажень (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Індикатори рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

№	Назва показника	Значення оберненого факторного навантаження	Ваговий коефіцієнт
1. Соціально-економічний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю			0,6
1.1	Фінансові результати підприємств до оподаткування, млн. грн.	0,938	0,20
1.2	Впроваджено інноваційних процесів, од.	0,869	0,15
1.3	Кількість працівників, охоплених колективними договорами, тис. осіб	0,944	0,20
1.4	Середньооблікова кількість штатних працівників, тис. осіб	0,921	0,20
1.5	Обсяг інноваційної продукції, млн. грн.	0,954	0,25
2. Фінансово-інвестиційний показник рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю			0,4
2.1	Капітальні інвестиції, млн. грн.	0,968	0,30
2.2	Витрати на інноваційну діяльність підприємств, млн. грн.	0,790	0,15
2.3	Капітальні інвестиції у житлове будівництво, млн. грн.	0,722	0,15
2.4	Капітальні інвестиції у охорону навколишнього середовища, млн. грн.	0,642	0,10
2.5	Поточні витрати на охорону навколишнього середовища, млн. грн.	0,727	0,15
2.6	Доходи населення, млн. грн.	0,729	0,15

Джерело: складено автором

Для кожного блоку показників вагові коефіцієнти визначались окремо в залежності від кількості показників.

В межах блоку та загальний інтегральний індекс розраховувалися на основі методу середньої арифметичної зваженої:

$$I_{ir} = \frac{\sum_{j=1}^n y_{ijr} w_{ij}}{\sum_{j=1}^n w_{ij}} \quad (3.2)$$

де I_{ijr} - значення індексу у і-тому блоці показників по r-ному регіону,

U_{ijr} – нормоване значення j -го показника в i -тому блоці показників по r -ному регіону,

w_{ij} – ваговий коефіцієнт j -го показника в i -тому блоці,

n – кількість показників в i -тому блоці.

Загальний інтегральний індекс також розраховувався як середнє арифметичне зважене, ваги визначались на основі результатів попередніх розрахунків до багатомірного факторного аналізу.

Так, на першому етапі багатомірного факторного аналізу нами було визначено, що перший синтетичний фактор формує 52,69% загальної варіації показника, а другий – 34,56%, їх загальний вплив на формування рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю становлять 87,25% (див. табл. 3.3). Вагові коефіцієнти, визначені на основі цих сум квадратів навантажень обертання становлять 0,6 та 0,4 відповідно.

Якщо індекс набуває значення більше одиниці, це означає, що темп росту показника управління корпоративною соціальною відповідальністю за аналізований період склав більше 1, значення менше 1 означають спад рівня досліджуваної ознаки. Для оцінки стану управління корпоративною соціальною відповідальністю використовувалась наступна шкала, представлена у табл. 3.7.

П'ятий етап передбачав здійснення розрахунку значення інтегрального індексу у територіальному та національному вимірі. За результатами розрахунків було визначено, що стан рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні є кризовим, так як значення інтегрального індексу становить 0,57. Значення інтегрального індексу за регіонами коливаються у широких межах. Вихідні дані та результати розрахунку інтегрального індексу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю представлені у додатку Д.

Таблиця 3.7

Шкала оцінки інтегрального індексу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

Значення інтегрального показника	Стан управління корпоративною соціальною відповідальністю
Менше 0,2	катастрофічний
Від 0,2 до 0,4	незадовільний
Від 0,4 до 0,6	кризовий
Від 0,6 до 0,8	достатній
Від 0,8 до 1,0	середній
Вище 1,0	високий

Джерело: розроблено автором

Шостий етап – це групування територій за рівнем управління корпоративною соціальною відповідальністю. В результаті було одержано шість груп регіонів за рівнем управління корпоративною соціальною відповідальністю у 2015 році (по причині відсутності представлення статистичних даних Державною службою статистики України на тимчасово окупованій території АР Крим в процес моделювання не включено, а наявність обмеженої статистичної інформації (без урахування зони проведення антитерористичної операції) по Донецькій та Луганській областях для коректності проведення розрахунків граничним роком визначено 2014 рік) (табл. 3.8).

Сьомий етап передбачав проведення аналізу одержаних результатів і розробку рекомендацій щодо підвищення рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю на національному і територіальному рівні. Розрахунок інтегрального індексу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю та аналіз одержаних результатів дозволив зробити наступні висновки:

1) В цілому в Україні рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю є кризовим. Це означає, що чинна ситуація не відповідає світовим тенденціям, заважає інтеграції України у світове співтовариство, негативно впливає на розвиток національної економіки.

Таблиця 3.8

Групування регіонів України за інтегральним індексом рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

Інтервал значень інтегрального показника	Стан управління корпоративною соціальною відповідальністю	Кількість регіонів у групі	Назви регіонів
Вище 1,0	високий	5	Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Харківська області, м. Київ
Від 0,8 до 1,0	середній	2	Донецька, Запорізька області
Від 0,6 до 0,8	достатній	2	Львівська, Сумська області
Від 0,4 до 0,6	кризовий	2	Одеська, Полтавська області
Від 0,4 до 0,2	незадовільний	11	Волинська, Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Миколаївська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська
Менше 0,2	катастрофічний	3	Кіровоградська, Луганська, Чернівецька

Джерело: розроблено автором

2) У регіональному вимірі спостерігаються значні відмінності у рівні управління корпоративною соціальною відповідальністю. Високе значення інтегрального індексу спостерігаємо лише у п'яти регіонах: Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Харківська області та м. Київ. Це є розвинені промислові регіони, у яких зареєстрована велика кількість спільних підприємств та підприємств з іноземними інвестиціями, важливим аспектом діяльності яких є соціально відповідальна діяльність. Ще два регіони (Донецька і Запорізька області) мають середній рівень управління

корпоративною соціальною відповідальністю. Але абсолютна більшість областей – рівень достатній і нижче.

3) Вважаємо, що перший крок у розвитку корпоративної соціальної відповідальності на національному рівні має зробити саме держава. Основою національної політики у цьому напрямі має стати реформування системи управління національною та регіональною економікою на основі модернізації підходів до прийняття рішень та зміни світоглядних установок громадян як суб'єктів прийняття і виконання цих рішень. Саме тому для підвищення рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю пропонуємо впроваджувати сучасні моделі публічного управління і партиципативне бюджетування, що буде розглянуто у наступному параграфі.

3.3. Активізація розвитку корпоративної соціальної відповідальності на основі використання сучасних підходів у сфері публічного управління

Проблема підвищення рівня економічного управління на державному і місцевому рівні має вагоме соціально-економічне значення, так як впливає на ефективність надання державою послуг, які повинні відповідати сучасним вимогам суспільства. Держава як інститут повинна бути ефективною, знаходитись у центрі економічного і соціального розвитку суспільства, але не як джерело розвитку, а як партнер, помічник і каталізатор, який стимулює, доповнює і створює умови для розвитку приватного сектора [30, с. 4-6]. Модернізація економічного управління в Україні є особливо актуальною проблемою з огляду на високий рівень корупції, надмірну централізацію управління, відчуженість органів влади від потреб суспільства і громадянина [25]. Вважаємо, що у цьому плані корисним є світовий досвід використання таких моделей модернізації публічного управління як New Public

Management та Good Governance, які у значній мірі ґрунтуються на принципах та цінностях, що лежать в основі корпоративної соціальної відповідальності [72]. Саме ці моделі визначили зміст адміністративних реформ, які спочатку були проведені у англосаксонських країнах, а потім розповсюдилися по усьому світі. Актуальність цих моделей походить від глибинних криз і зсувів у сучасному суспільстві, що викликають необхідність розвитку громадянського суспільства.

Так, модель New Public Management покладена в основу демократичних реформ на державному та місцевому рівні більш ніж у 70 країнах світу, і домінувала протягом 1990-2000-х рр. Основна ідея моделі New Public Management полягає у мінімізації втручання держави в економічні процеси із збереженням його тільки у тих сферах і галузях діяльності, у яких це є затребуваним і доцільним. Поряд із цим така модель державного управління економікою передбачає використання найефективніших теорій і методів управління, які використовуються у бізнес-організаціях. Як зазначає Е Хейвуд, модель New Public Management передбачає, що державні та місцеві органи влади залишають за собою відповідальність за прийняття політичних рішень, а право практичного втілення публічної політики передається приватним структурам [158].

На думку Г. Пітерсона, важливою характеристикою моделі New Public Management є гнучкість, внесення змін у систему регулювання внутрішньої взаємодії, надання переваги ринковим інструментам у питаннях регулювання зовнішньої взаємодії, широке залучення інститутів громадянського суспільства до процесу прийняття і виконання управлінських рішень, а Р. Бен визначає цю модель як колекцію тактик і стратегій, націлених на подолання неефективності, властивої традиційній моделі державного сектора [168]. Аналогічні акценти у визначенні характеристик концепції New Public Management робить Д. Кетл, який зосереджує увагу на таких шести характеристиках цієї моделі як продуктивність, орієнтація на цілі,

маркетизація, децентралізація, орієнтація на клієнтів, звітність за результатами [190]. З практичної точки зору такі характеристики моделі спонукають проводити оцінювання її ефективності з точки зору максимізації результату у вигляді надання суспільних благ і послуг незалежно від обсягу понесених витрат, перевага надається внутрішньому, а не зовнішньому оцінюванню [152]. У зв'язку із цими особливостями New Public Management є прикладом переходу від бюрократичної моделі управління до пост-бюрократичної, для якої характерними є якість наданих послуг і рівень задоволеності споживача [109, с.219-220].

В цілому, можна визначити два основні напрями, на які націлена модель New Public Management: перший – це структурні перетворення у системі державної влади, в тому числі скорочення державного сектора, а другий – розвиток конкурентних моделей діяльності і використання у роботі державного сектора підходів і механізмів, характерних для приватного сектора.

Незважаючи на очевидні переваги модель New Public Management неодноразово піддавалась критиці за потенційну загрозу єдності принципів сучасної бюрократичної системи (сталість, нейтралітет, анонімність) [111]; ставлення до громадян як до клієнтів, надмірну увагу до економічної ефективності на фоні зменшення уваги до етики і справедливості [203; 216]. Практичне застосування моделі New Public Management пов'язано із низкою проблем, наприклад, державні службовці часто не володіють достатніми знаннями і навичками для прийняття рішень щодо конкретних дій у певних ситуаціях, не вміють використовувати ті чи інші інструменти, що викликає необхідність приділяти більше уваги навчанню державних службовців і роз'ясненню змісту теорій і моделей, в для застосування яких використовуються певні інструменти [95; 219]. Тому, наприклад, у США спостерігається зворотній процес – публічна влада активно просуває конституційні цінності у приватний сектор, якщо його діяльність тісно

пов'язана із державним управлінням [173]. Крім того, впровадження цієї моделі New Public Management у країнах, що розвиваються, не дає позитивного результату [211].

В цілому, досвід впровадження у багатьох країнах світу показує, що модель New Public Management зіграла позитивну роль у реформуванні підходів до публічного управління, так як саме завдяки їй державні структури стали більш гнучкими, ближчими до потреб громадян, більш відкритими до контролю та значно ефективнішими, внаслідок чого виріс рівень задоволеності населення якістю функціонування апарату публічної влади, наново були перевизначені відносини держави і громадян [121].

Іншою моделлю, яка довела свою ефективність і в останні роки замінила модель New Public Management у сфері публічному менеджменту, є модель Good Governance. Широке застосування цієї моделі фахівці пов'язують з появою негативних тенденцій зниження громадської участі у публічних процесах і послабленні зворотного зв'язку між політиками та виборцями, що викликає необхідність розвитку інститутів «дорадчої демократії» [49; 102; 121; 201]. Ця парадигма державного управління орієнтована на подолання таких недоліків публічного адміністрування як недостатня увага до вирішення соціальних проблем, зокрема, соціальної нерівності та бідності, ерозія ролі держави та державних службовців у суспільних відносинах, недостатнє врахування інституціонального контексту країни при виборі методів реформування державного управління [95]. Оформлення Good Governance як окремої управлінської моделі відбулось у 1997 р., після оприлюднення Програми розвитку ООН «Governance» для стійкого розвитку людських ресурсів», у якій було описано нову модель управління [218]. Модель Good Governance засвідчила перехід до нового типу децентралізованого управління, за якого держава, бізнес і громадянське суспільство беруть участь у розподілі владних повноважень на рівних.

Програма розвитку ООН «Governance» для стійкого розвитку людських ресурсів» визначила такі принципи моделі Good Governance, які поширюються на усіх учасників процесу публічного управління [218]:

- 1) участь у прийнятті державних рішень;
- 2) консенсус при прийнятті рішень;
- 3) стратегічне бачення;
- 4) зворотній зв'язок;
- 5) ефективність проведеної державної політики;
- 6) відповідальність за усіх учасників процесу;
- 7) прозорість;
- 8) рівноправність;
- 9) верховенство закону.

У сучасних умовах публічне управління характеризується синтезом моделей New Public Management та Good Governance, що передбачає децентралізацію і відносний рівень свободи у сфері державного управління, активне залучення бізнес-структур і недержавних організацій до процесу прийняття рішень, підвищення рівня відкритості органів державної влади, формування нової креативної організаційної культури у сфері публічного управління, здійснення оцінки роботи державних служб за результатами, які мають цінність для громадян, використання ефективних бізнес-підходів в системі державного управління, вдосконалення системи управління державними фінансами.

Послаблення позицій держави у сфері захисту інтересів окремих соціальних груп призводить до передачі функцій економічного та соціального регулювання до інститутів громадянського суспільства. Це сприяє залученню населення до суспільного життя, покращенню представництва групових інтересів, і дієвими механізмами узгодження потреб членів громади є державно-приватне партнерство та корпоративна соціальна відповідальність [6]. Використання в Україні механізму державно-

приватного партнерства було передбачено відповідними нормативними документами, зокрема Програмою економічних реформ на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» у рамках Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні [131].

Реалізація підходів щодо активізації розвитку громадянського суспільства та поширення практики соціальної відповідальності в останнє десятиліття здійснюється у багатьох країнах світу через механізм громадянської партиципації. Поширеним є розуміння громадянської партиципатії як процесу, під час якого громадяни отримують можливість впливати на рішення органів державної влади, а посередньо – можливість здійснювати контроль за їхнім виконанням, якщо дані рішення безпосередньо або посередньо торкаються інтересів громадян. Подібний вид партиципації відрізняється від традиційної участі громадян у виборчому процесі і реалізується за допомогою інших методів. Громадяни, отримуючи можливість брати участь в процесах регулювання на їхній ранній стадії, ще більш активно долучаються до процесів безпосередньої реалізації [181].

Іншими словами, громадянська партиципація – це сучасний спосіб активної участі громадян у процесах і подіях, які відбуваються на території певних адміністративно-територіальних одиниць, можливість вести активну діяльність, висловлювати думку стосовно процесів, які відбуваються у публічній сфері. Громадянська партиципація передбачає можливість громадян впливати на рішення органів державної або місцевої влади, здійснювати опосередкований контроль за їх виконанням (якщо ці рішення зачіпають інтереси громадян). Фактично громадянська партиципація є формою спільного прийняття рішень на рівні певного органу влади.

На відміну від інших, традиційних форм комунікації і співпраці влади та громадян, партиципація забезпечує високий рівень участі населення у процесах публічної сфери на основі постійної двосторонньої комунікації.

Інші, більш ранні форми комунікації і співпраці влади та громадян, мають певні недоліки, які суттєво знижують їх ефективність. Наприклад, односторонні комунікації у вигляді інформування громадянами органів влади про певні недоліки у їх роботі, звітування органів влади плани та їх виконання, вивчення органами влади громадської думки громадян мають незадовільний рівень ефективності внаслідок низького ступеня залучення громадян у публічний процес. Консультування як форма співпраці органів влади з мешканцями певної території має середній рівень ефективності, передбачає достатнє залучення громадян до процесу вироблення державної і місцевої політики і реалізується у якості зустрічей, круглих столів за участю громадян та їх об'єднань. На відміну від попередніх форм співпраці між органами влади і громадянами, основою консультування є двостороння комунікація, проте рівень її ефективності є недостатньо високим, так як вона має проактивний характер. І тільки спільне прийняття рішень у процесі партиципативного бюджетування характеризує найвищий рівень співпраці органів влади і громадян через широку участь останніх в усіх публічних процесах. Іншими формами двостороннього діалогу між місцевою владою і громадянами є місцеві ініціативи, громадські слухання, комісії громадського діалогу, проте ефективність партиципативного бюджетування є найвищою. Важливим фактором, який обумовлює ефективність громадянської партиципації, є активний характер множинної двосторонньої комунікації між публічною владою і мешканцями певної території, в основі якої лежить високий рівень соціальної відповідальності сторін.

Отже, громадянська партиципація є умовою ефективної співпраці громадян і органів влади, підвищує рівень ефективності публічного управління, сприяє розвитку соціальної відповідальності [83].

Основним способом імплементації партиципаторного підходу у публічному адмініструванні є партиципаторне бюджетування (громадське бюджетування, бюджет участі), яке визначають як демократичний процес

надання громадянам права розподілу частини коштів бюджету, який їх безпосередньо стосується. Партиципативне бюджетування виникло порівняно недавно, але швидко набуло широкого розповсюдження у світі. Так, вперше модель партиципативного бюджету була створена і протестована у невеличкому бразильському муніципалітеті м. Порто-Алегре у 1989 р. і до 1997 р. розповсюдилась по інших містах Бразилії. На той час були сформовані міські асамблеї, що вирішували поширені проблеми бразильських муніципалітетів, пов'язані з освітою та охороною здоров'я. Адміністрація надавала містянам можливість вирішувати, як розподілити частину коштів міського бюджету. На сьогодні мешканці Порту-Алегрі розподіляють уже до 20% від міського бюджету. Протягом наступних трьох років ідея партиципативного бюджетування почала використовуватись у більшості країн Латинської Америки. З 2000 р. громадське бюджетування набуло популярності на інших континентах як ефективний спосіб залучення мешканців до публічного адміністрування. Загалом бюджет участі практикується більш ніж у 1500 містах на всіх континентах Землі.

У Європі та США подібні проекти з'явилися трохи пізніше – у 90-х роках минулого століття. На початок XXI століття ця практика набула поширення в кількох європейських країнах – найбільш активно проекти запроваджували Німеччина та Іспанія. Різноманіття форм залучення мешканців і міст, що використовують таку практику, досить значне – мешканці розподіляють гроші як у достатньо великих містах типу Сивільї з населенням понад 700 тисяч осіб, так і в невеликих, де мешкає не більше 30 тисяч жителів [10].

Україна перейняла досвід затвердження бюджетів участі від Польщі, де ця ідея використовується з 2011 р. Станом на 2014 р. у Польщі було прийнято понад 120 партиципативних бюджетів, що становило від 0,002% до 3,403% загального обсягу місцевих бюджетів; загальна сума коштів, виділених у рамках партиципативного бюджетування становила від 40 тис.

до 40 млн. польських злотих; а до процесу громадського бюджетування було залучено від 2% до 40% мешканців відповідних територій [189].

Одним з перших у Польщі громадське бюджетування було запроваджено у Варшаві. Для реалізації цієї ідеї місцевою владою було організовано 21 громадське слухання; проведено близько 400 годин зустрічей, у яких взяло участь більше 4,5 тисяч мешканців міста; проведено 81 подію з метою промоції та імплементації моделі громадського бюджету; залучено 70 волонтерів, соціологів і працівників міської ради.

Найбільш активно процес розвитку громадського бюджетування проходить у польському місті Лодзь. Так, у 2015 році на цілі бюджету участі було виділено найбільшу у Польщі суму – 40 млн. злотих. Проекти біли поділено на 2 групи – локальні та загальноміські. Було подано 871 заявка на загальну суму півмільярда злотих, з них 752 заявки були отримали позитивну оцінку і взяли участь у подальшому відборі. У процесі голосування взяло участь майже 175 тис. мешканців м. Лодзь, у результаті для реалізації було відібрано 65 проектів.

В Україні громадське бюджетування здійснюється з 2015 р. за підтримки Фондації ПАУСІ у рамках Проекту «Партиципативний бюджет – можливості для підвищення громадської активності і встановлення справжнього партнерства з органами влади» (за сприяння Польсько-канадської програми підтримки демократії). До цього процесу першими долучились такі області як Чернігівська, Полтавська, Львівська, Вінницька, Житомирська та ін. Наразі більшість областей України розпочали процес громадського бюджетування щонайменше на рівні бюджету обласного центру: розробляються або вже затверджені положення про партиципативний бюджет, створено відповідні громадські ради, оголошено конкурси проектів на 2017 р.

У м. Чернігів міськрадою схвалено Положення про громадський бюджет на 2016 р., в якому передбачалося 4,8 млн. грн. на проекти містян. Мешканці подали 73 проекти, а було допущено до голосування 56 проектів.

У загальноміському голосуванні, яке проходило у бібліотеках і школах міста, взяли участь 6307 жителів. Переможцями стали 17 проектів, які були реалізовані у 2016 р.

Черкаською міськрадою було затверджено Міську цільову програму «Громадський бюджет міста Черкаси на 2015-2019 роки». Містянами було подано 54 проекти, але допущено до голосування було 39 проектів, за які віддали свої голоси 5065 жителів м. Черкаси. Переможцями було визначено шість проектів на суму 5 млн. грн., що були реалізовані впродовж 2016 р. [4].

У м. Київ міська адміністрація виділила 50 млн. грн. на реалізацію проектних пропозицій в рамках бюджету участі – до 1 млн. грн. на проект. Цікаво, що голосування за проекти в столиці було електронним: з допомогою BankID, картки киянина або електронного цифрового підпису. В результаті голосування, в якому прийняли участь 321 проекти, перемогли 62 [18].

В м. Житомир бюджет участі запроваджений з 2016 р. за підтримки Фондації польсько-української співпраці ПАУСІ у рамках Польсько-Канадської Програми Підтримки Деморатії, співфінансованої з програми польської співпраці, на користь розвитку Міністерства закордонних справ РП та канадського Міністерства закордонних справ, торгівлі та розвитку (DFATD). Було визначено, що у бюджеті міста щороку передбачатиметься 1% від власних доходів на реалізацію громадських проектів. Так, у 2016 р. для бюджету участі в м. Житомир було подано 67 заявок майже на 41 млн. грн., допущено до голосування було 56 проектних пропозицій. Відповідно до результатів голосування у 2017 р. міською радою будуть реалізовані 11 проектних пропозицій на максимальну суму 9,1 млн. грн.

У м. Львові у 2017 р. вперше реалізують проекти, запропоновані мешканцями. Усього на конкурс подали понад 200 проектів. У голосуванні взяли участь понад 23 тис. мешканців. Згідно з ухвалою, коштом громадського бюджету реалізують чотири великі (вартістю від 200 тис. грн.

до 3 млн. грн) проекти та 63 малі проекти (вартістю до 200 тис. грн.), які рівномірно розподілені по районах Львова. На реалізацію цих громадських проектів витратять 17,6 млн. грн. з міського бюджету розвитку. До числа великих проектів увійшли:

- облаштування огорожі території Львівської спеціалізованої школи №8 (873,1 тис. грн.);

- утеплення стін, ремонт даху та облаштування внутрішнього фасаду школи №57 (913,7 тис. грн.);

- відновлення центральної алеї та прилеглих територій парку «Замарстинівський» (2,75 млн. грн.);

- відродження парку «700-річчя Львова» (2,57 млн. грн.).

Таким чином, м. Львів має один із найбільших громадських бюджетів серед міст України [153].

Результати впровадження партиципативного бюджетування в окремих містах України подано у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Аналіз результатів впровадження партиципативного бюджету в окремих містах України, 2016 р.

Місто	Кількість поданих проектних пропозицій, од.	Кількість проектів, що перемогли, од.	Сума фінансування на 2017 р., млн. грн.
Київ	321	62	50
Львів	238	67	17,5
Черкаси	70	26	9,9
Житомир	56	11	9,1
Чернігів	61	29	6,4
Суми	75	17	5
Івано-Франківськ	80	12	0,5

Джерело: складено автором за даними [4; 153]

Участь громади повинна втілюватися у різних формах: інформування, консультування, співпраці і делегування. Для кожної з цих форм існує близько сотні різноманітних інструментів залучення громадян, які можуть бути застосовані на усіх етапах прийняття рішень.

Партиципативний бюджет можна запроваджувати всюди, де є публічні або бюджетні кошти:

- в окремій установі, наприклад, будинок культури, школа тощо;
- на території адміністративної одиниці органів самоврядування (район, мікрорайон тощо);
- в місті.

Існує такі основні проблеми патиципативного бюджетування, які є характерними для усіх країн світу, але в Україні проявляються особливо гостро: правова, суспільна, фінансова та процесуальна.

Правова проблема полягає у відсутності в Україні чинного законодавства, яке б чітко регулювало впровадження партиципативного бюджетування. Разом з тим, чинне законодавство прямо не забороняє таку форму співпраці місцевої влади з мешканцями відповідних територій, тому втілення моделі громадського бюджету здійснюється у регіонах на основі актів місцевого самоврядування. Як результат, бюджет участі набуває форми суспільного договору між місцевою публічною владою і громадянами.

Суспільна проблема полягає у недостатній активності громадян, низькій суспільній свідомості і культурі участі у публічних процесах на місцевому рівні, недостатній критичній масі громадських активістів та громадських організацій, які здатні запусити процес партиципативного бюджетування на місцевому рівні.

Фінансова проблема полягає у тому, що громадське бюджетування потребує додаткових фінансових витрат на адміністрування цього процесу. Ці витрати є як опосередкованими, прихованими (наприклад, розширення кола обов'язків або збільшення кількості службовців на місцевому рівні з

наступним перерозподілом обов'язків; документальне обслуговування процесу громадського бюджетування), так і прямими (витрати на промоцію громадського бюджетування; створення і обслуговування сайту; друк рекламної продукції, бланків проектних пропозицій, бланків для голосування; витрати на освіту учасників процесу – громадян і службовців).

Процесуальні проблеми пов'язані із процесом імплементації партиципативного бюджетування у практику публічного управління на місцевому рівні і полягають у тому, що для забезпечення прозорості громадського бюджетування підвищується рівень уваги зацікавлених сторін до роботи місцевих органів влади; партиципативне бюджетування формує нові обов'язки і виклики для місцевих органів влади, а, значить, потребує пошуку нових способів вирішення проблем і службовців із новим мислення і сучасними навичками; громадське бюджетування вимагає коригування місцевого бюджетного процесу у частині їх взаємоузгодження; також громадське бюджетування, яке є короткостроковим за своїм визначенням (проекти мають бути реалізовані протягом бюджетного року) потребує узгодження із стратегією розвитку адміністративної території.

Партиципативне бюджетування підвищує якість і прозорість публічного управління на місцевому рівні, сприяє розвитку соціальної відповідальності органів місцевої влади, громадян та суб'єктів підприємницької діяльності. Організаційні засади управління КСВ на основі впровадження партиципативного бюджетування представлено на рис. 3.6.

Основними перевагами громадського бюджету, які створюють ці ефекти, є:

- підвищення активності громадян, рівня їх відповідальності і зацікавленості у розвитку відповідної території;
- підвищення рівня соціальної відповідальності у компаній, які будуть реалізовувати проекти-переможці конкурсу;



Рис. 3.6. Організаційні засади управління КСВ на основі впровадження партиципативного бюджетування

Джерело: розроблено автором

- забезпечення громадянської освіти через проведення тренінгів написання проектів, промоційні заходи, що дає мешканцям можливість отримати нові компетенції, сформувані їх демократичну громадянську позицію, змінити ставлення до влади і до своєї ролі у публічних процесах;

- поява нових громадських лідерів;

- підвищення місцевого патріотизму і створення у мешканців відчуття участі у створенні майбутнього адміністративної одиниці;

- запровадження прозорого і зрозумілого усім способу ведення діалогу між громадянами і владою внаслідок подолання бар'єрів для ефективних комунікацій;

- розподіл коштів місцевих бюджетів з урахуванням суспільних потреб внаслідок більш чіткого визначення пріоритетів місцевого розвитку;

- підвищення рівня довіри громадян до влади завдяки покращенню рівня інформування населення про наміри і плани влади, підвищення рівня розуміння владою потреб громадян, зменшення кількості протестів і заперечень з боку місцевої громади;

- децентралізація влади;

- підвищення рівня прозорості прийняття рішень, забезпечення громадського контролю за процесом їх реалізації;

- розвиток громадянського суспільства.

У більшості регіонів України впровадження процесу громадського бюджетування здійснювалось у такій послідовності: ініціатива місцевих активістів – створення робочої групи з питань партиципативного бюджетування – розробка громадською радою проекту положення про партиципативний бюджет – затвердження місцевою радою положення про партиципативний бюджет – створення громадської ради з питань партиципативного бюджетування – оголошення конкурсу проектів – організація навчання громадян щодо написання проектів – експертиза проектів і відбір прийнятних для реалізації – голосування за проекти – включення проектів до складу бюджету на наступний рік – фінансування і реалізація проектів. Надалі цей процес повторюється починаючи з етапу оголошення конкурсу проектів.

Зарубіжний і вітчизняний досвід свідчить, що ключовими аспектами успішності партиципативного бюджетування є:

- створення/наявність ініціативної групи активістів, зацікавлених у реалізації ідеї партиципативного бюджетування, яка включає як відповідних службовців, так і громадян;

- відповідальне ставлення до здійснення нульового етапу громадського бюджетування (затвердження відповідного положення; визначення цілей і пріоритетів; визначення розміру коштів і рівня публічного бюджетування – установа, допоміжна адміністративна одиниця, місто/селище/село; забезпечення відкритості і прозорості процесу; надання процесу суспільного характеру; визначення кола осіб, які мають право подати заявку і голосувати за неї);

- чітке управління процесом подання і аналізу заявок на предмет їх відповідності принципу економії і цілям та пріоритетам розвитку адміністративної території, надання можливості внесення змін і доповнень у вже подану заявку;

- забезпечення справедливості і законності під час голосування за проекти;

- щорічне оцінювання як ефективності втілених проектів, так і ефективності самого процесу партиципативного бюджетування з наступним внесенням змін у відповідні нормативно-правові акти.

Отже, впровадження сучасних підходів у публічному управлінні і практики партиципативного бюджетування тісно пов'язані з розвитком корпоративної соціальної відповідальності, так як ґрунтуються на принципах етики, досягненні загального блага. Разом з тим, впровадження New Public Management, Good Governance та партиципативного бюджетування можуть стати потужними стимулами розвитку корпоративної соціальної відповідальності, так як стимулюють громадянську ініціативу та залучення бізнесу до вирішення регіональних та загальнодержавних проблем.

Висновки до розділу 3

1. Відсутність належного управління корпоративною соціальною відповідальністю на національному рівні в Україні є головною причиною відсутності прогресу у цьому напрямі. Ефективне управління корпоративною соціальною відповідальністю може бути забезпечене за допомогою побудови відповідного організаційно-економічного механізму. Цей механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю включає такі складові як мета, завдання, принципи, функції та основні напрями державної політики у цій сфері. Основною метою побудови організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю визначено забезпечення сталого розвитку на основі встановлення співпраці держави та бізнесу як довгострокового орієнтиру, відповідно до чого поставлено такі завдання як: зростання кількості суб'єктів бізнесу та покращення економічних показників їх діяльності; забезпечення ефективності діяльності підприємств у сфері екології; покращання вирішення соціальних проблем суспільства; забезпечення регіонального розвитку.

2. Соціальна відповідальність бізнесу є сферою, у якій досягнення значних результатів у короткостроковому періоді не є можливим, адже переорієнтування компанії на нові принципи роботи вимагає змін у свідомості як керівників, так і виконавців. Крім того, результат є важко вимірюваним, адже складно виділити вплив на національну економіку від управління корпоративною соціальною відповідальністю та інших сфер економічної діяльності. Тому у короткостроковому періоді слід орієнтуватись на такі результати як покращення рівня поінформованості фізичних і юридичних осіб про зміст, переваги і особливості корпоративної соціальної відповідальності, на активізацію соціально-відповідальної діяльності у вигляді започаткування підприємствами окремих ініціатив, участі суб'єктів підприємництва у роботі вітчизняним і міжнародних організацій, які спеціалізуються на питаннях соціальної відповідальності.

Більш значних результатів можна досягнути за рахунок державного регулювання у довгостроковому періоді: зростанні ВВП та рівня ефективності бізнесу; покращення показників ЗЕД; забезпечення розвитку регіонів; вирішення соціальних та екологічних проблем підприємств. Національна політика у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна бути узгоджена із напрямками і завданнями соціально-відповідальної діяльності суб'єктів бізнесу та стати частиною їх стратегії.

3. Система оцінювання є важливою складовою організаційно-економічного механізму управління, яка дозволяє забезпечити контроль за процесом, визначити його слабкі і сильні сторони та віднайти резерви для покращення. На основі аналізу практики оцінювання рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю нами було визначено, що з цією метою найкраще використовувати розрахунок інтегрального індексу. Запропонована нами методика розрахунку інтегрального індексу управління корпоративною соціальною відповідальністю спроможна оцінювати рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю в системі національної економіки; порівнювати регіони за рівнем корпоративної соціальної відповідальності, поширювати кращу практику управління корпоративною соціальною відповідальністю.

4. В цілому в Україні фактична ситуація не відповідає світовим тенденціям, заважає інтеграції України у світове співтовариство, негативно впливає на розвиток національної економіки. У регіональному вимірі спостерігаються значні відмінності у рівні управління корпоративною соціальною відповідальністю. Високе значення інтегрального індексу спостерігаємо лише у п'яти регіонах: Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Харківська області та м. Київ; два регіони (Донецька і Запорізька області) мають середній рівень управління корпоративною соціальною відповідальністю, а абсолютна більшість областей – достатній рівень і нижче.

5. Основою національної політики у цьому напрямі має стати реформування системи управління національною та регіональною економікою на основі модернізації підходів до прийняття рішень та зміни світоглядних установок громадян як суб'єктів прийняття і виконання цих рішень. Держава як інститут повинна бути ефективною, знаходитись у центрі економічного і соціального розвитку суспільства як партнер, помічник і каталізатор. Вважаємо, що у цьому плані корисним є світовий досвід використання таких моделей модернізації публічного управління як New Public Management та Good Governance, які у значній мірі ґрунтуються на принципах та цінностях, що лежать в основі корпоративної соціальної відповідальності.

6. Найважливішими напрямками управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні має стати побудова концептуальної моделі системи забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю та розвиток соціальної відповідальності на усіх рівнях: починаючи від свідомості окремого громадянина, відповідальності власників бізнесу до відповідальності органів влади. Реалізація підходів щодо активізації розвитку громадянського суспільства та поширення практики соціальної відповідальності в останнє десятиліття здійснюється у багатьох країнах світу через механізм громадянської партиципації. Громадянська партиципація передбачає можливість громадян впливати на рішення органів державної або місцевої влади, здійснювати опосередкований контроль за їх виконанням (якщо ці рішення зачіпають інтереси громадян). Аналіз практики впровадження громадянської партиципації в Україні свідчить про суттєве підвищення суспільної активності населення і соціальної відповідальності.

Основні положення розділу 3 опубліковані автором у працях: [64; 65; 70; 72; 76; 77; 83].

ВИСНОВКИ

1. Корпоративна соціальна відповідальність сформувалась на основі історичних, релігійних, політичних, економічних, соціальних та екологічних передумов. Еволюційні трансформації щодо змісту та природи соціальної відповідальності, домінантних компонентів концентрації на певних складових вирішення соціальних або екологічних проблем сприяли зміні пріоритетів та проявів відповідальної поведінки бізнесу.

2. Складність і багатоаспектність корпоративної соціальної відповідальності сприяла появі значної кількості трактувань цього поняття в науковій літературі та бізнес-середовищі, а також формуванню різних підходів до розуміння її функцій, принципів, напрямів та рівнів реалізації. Представлено трактування корпоративної соціальної відповідальності як відповідальності бізнес-структури за вплив її рішень, дій та їх наслідків на суспільство в цілому, соціальні групи, навколишнє середовище, враховуючи очікування заінтересованих сторін; відповідає міжнародним нормам етики ведення бізнесу та чинному законодавству; передбачає збалансування економічних, екологічних і соціальних параметрів діяльності організації з метою забезпечення її сталого розвитку; інтегрована у стратегічну і операційну діяльність бізнес-структурою; формується на основі встановлення партнерського регулювання відносин з державною та місцевою владою.

3. Обґрунтовано суспільну та економічну доцільність формування взаємовідносин держави та бізнесу за типом партнерські відносини/спільне регулювання, яке доповнено саморегулюванням, що у сукупності сприятиме ширшому впровадженню концептуальних положень теорії корпоративної соціальної відповідальності в системі національної економіки. Порівняльний аналіз зарубіжного досвіду щодо формування та реалізації національних моделей корпоративної соціальної відповідальності показав, що причинами їх відмінностей є історичні передумови культури та світогляду, а також практика і пріоритети соціально-економічної політики держави у цій сфері.

4. Аналіз стану розвитку КСВ проведено за основними трьома структурно-функціональними складовими – економічною, соціальною та екологічною. Моніторинг економічних показників діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаних із КСВ, проведений на основі запропонованої системи показників діяльності бізнес-структур (витрати на персонал, витрати на виконання науково-технічних робіт, екологічні платежі, витрати на благодійність, податок на прибуток), характеризується відсутністю стрімкого зростання динаміки показників, але в умовах перманентної економічної та політичної кризи дозволяє визначати її наявність та більшу концентрацію на великих бізнес-структурах. Доповнено систему показників моніторингу розвитку КСВ індикаторами, що характеризують повноту відповідальності перед найманими працівниками, за якими проведено відповідний аналіз. Стан соціальної відповідальності бізнесу перед найманими працівниками характеризується протягом 2010-2016 рр. зниженням охопленості працівників колективними договорами (на 38,9%) та кількості зареєстрованих колективних договорів за видами економічної діяльності (на 2,8%). Екологічна складова КСВ протягом 2013-2015 рр. характеризується зменшенням обсягів викидів забруднюючих речовин та зменшенням пред'явлених штрафних санкцій за правопорушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища (у 2,9 рази). До особливостей реалізації КСВ вітчизняним бізнесом слід віднести необов'язковість розкриття своїх соціально-відповідальних практик або навіть схильність до приховування, що суперечить підходам, які склались у світі, адже прозорість інформації про соціальну відповідальну діяльність є одним із важливих принципів її здійснення.

5. Систематизація інститутів КСВ з урахуванням їх функцій та значення для розвитку відповідальності бізнесу на макрорівні дозволяє доповнити існуючі підходи на основі включення таких сучасних інститутів як політика енергозбереження, екстравертивні та інтровертивні інститути моніторингу, що в результаті дозволить досягати поставлених цілей сталого розвитку за

рахунок об'єктивізації та відповідно розширення інституційного забезпечення. Не зважаючи на активну діяльність громадських організацій з питань КСВ в умовах відсутності зацікавленості держави ідея соціальної відповідальності бізнесу не набула серед вітчизняних підприємств належного поширення. Обґрунтовано доцільність реалізації державою стимулюючої спеціальної ролі сприяння розвитку КСВ з використанням державно-приватного партнерства, соціальної звітності, податкового регулювання.

6. Належний рівень управління КСВ може бути забезпечений за допомогою удосконалення відповідного організаційно-економічного механізму. Його основною метою визначено забезпечення сталого розвитку на основі встановлення співпраці держави та бізнесу як довгострокового орієнтиру. Найбільш ефективними інструментами управління корпоративною соціальною відповідальністю, які доцільно застосовувати для реалізації організаційно-економічного механізму, визначено: встановлення вимог, норм і обмежень; навчання, поширення кращих практик; економічне стимулювання, оподаткування. Представлено та поглиблено стратегічні напрями розвитку КСВ, які конкретизовано за економічною, соціальною та екологічною складовими.

7. Запропоновано методичні положення оцінювання рівня управління КСВ, що полягають у розрахунку інтегрального індексу на основі середньозваженої суми соціально-економічної та фінансово-інвестиційної груп індикаторів. Її застосування на національному рівні ідентифікувало рівень управління КСВ як кризовий, у регіональному розрізі показало значні диспропорції: високе значення - Вінницька, Дніпропетровська, Київська, Харківська області та м. Київ, середній рівень - Донецька і Запорізька області, достатній і нижче - переважна більшість областей.

8. Розроблено практичні пропозиції щодо сприяння розвитку КСВ з використанням можливостей процесу партиципативного бюджетування, завдяки якому забезпечується вплив на рівень активності та свідомості

громадян і суб'єктів громадянського суспільства як базових рушійних сил процесів, що лежать в основі соціально відповідальної діяльності бізнесу, суспільних перетворень і сталого розвитку національної економіки. Важливим фактором, який обумовлює ефективність громадянської партиципації, є активний характер множинної двосторонньої комунікації між публічною владою та мешканцями певної території, в основі якої лежить високий рівень соціальної відповідальності сторін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азрилиян А. Н. Краткий экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. 4-е изд. доп. М.: Институт новой экономики, 2008. 1088 с.
2. Акімова І., Марцінків А., Осінкіна О. Соціальна відповідальність українського бізнесу. Результати опитування. Київ: КІТ, 2005. 53 с.
3. Аналітичний звіт: Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку. Київ: Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2010. 56 с.
4. Аналітичний звіт «Партиципаторний бюджет». URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2016/12/Participatory_Budget_Dec2016.pdf
5. Андреев Б. Ф. Системный курс экономической теории. Микроэкономика: учеб. пособие / Под ред. акад. В. А. Петрищева. СПб.: Лениздат, 1998. 574 с.
6. Баюра Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна: аспекти праці*. 2009. № 1. С. 21-25. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/20065/05-Bayura.pdf?sequence=>.
7. Баюра Д.О. Соціальна відповідальність як інструмент удосконалення корпоративного управління в Україні. *Теоретичні та прикладні питання економіки: Збірник наукових праць*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2012. Т. 1. С. 204-210.
8. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf.
9. Безопасный труд – право каждого человека. Доклад МОТ к Всемирному дню охраны труда – 2009. Субрегиональное бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009. URL:

http://www.ilo.org/moscow/information-resources/publications/WCMS_312172/lang--ru/index.htm.

10. Белец Ж. А. Партиципаторне бюджетування як інноваційний демократичний інструмент участі громадян в управлінні справами територіальних громад. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування* 2016. № 1. URL: http://el-zbirn-du.at.ua/2016_1/19.pdf

11. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

12. Бержанір А. Л. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник підвищення ефективності сучасного бізнесу. *Економіка і організація управління. Економіка і організація управління*. Донецький національний університет. Вінниця, 2014. Випуск №1 (17)–2 (18). URL: http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/4001/1/Korporat_soc_vidpovid.pdf

13. Березіна О. Ю. Соціальна відповідальність корпорацій в системі соціально-трудоких відносин: автореф. ... канд. екон. наук. Харків: Харківський нац. екон. ун-т, 2011. 20 с.

14. Бізнес та «зелена» модернізація економіки: можливості та бар'єри / Результати опитування представників бізнес компаній / Сайт Центру «Розвиток КСВ». URL: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/06.pdf>

15. Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. 2-е изд. СПб. : Высш. шк. менеджмента, 2011. 272 с.

16. Бульба В. Г., Третяк М. В. Зарубіжний досвід державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу. *Теорія та практика державного управління*. 2013. Вип. 3. С. 343–350. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2013_3_48.

17. Бутко М., Мурашко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні. *Економіка України*. 2009. № 7. С. 74-86.

18. Бюджет участі – коли сам можеш вирішити, на що витратити гроші міського бюджету / Сайт Finace.ua. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/395470/byudzhet-uchasti-koly-sam-mozhesh-vyrishyty-na-shho-vytratyty-groshi-miskogo-byudzhetu>

19. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей / А. Бююль, П. Цефель. СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2005. 608 с.

20. Василенко И. Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия. *Библиотека Гумер*. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vasil/index.php.

21. Водницька Н. В. Управління трудовою сферою промислового підприємства з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу: автореф. ... канд. екон. наук. Харків, 2008. 20 с.

22. Воробей В. Аналіз національних стратегій СВБ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СВБ. *Спільнота соціально відповідального бізнесу*. 2010. 10 с.

23. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. Київ: Інжиніринг, 2010. 80 с.

24. Воробей В. Соціальна звітність : стан та перспективи. *Матеріали Зборів мережі Глобального Договору ООН* (16 грудня 2009 р.). К.: 2009. 11 с.

25. Воробйова О. Сучасні управлінські моделі New Public і Management Good Governance та їх запровадження в Україні. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 42. С. 230-234.

26. Ворона О. В. Формування системи соціально-господарської відповідальності підприємств залізничного транспорту України: автореф. ... канд. екон. наук. Харків, 2010.

27. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 400 с.

28. Геєць В.М. Економіка України: ключові проблеми і перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2016. №1. С. 7-22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2016_1_3

29. Глобальний Договір ООН (UN Global Compact, 2000) URL: www.globalcompact.org.ua.

30. Государство в меняющемся мире: краткий вариант «Отчета о мировом развитии – 1997». *Вопросы экономики*. 1997. № 7. С.4-34.

31. Грановська І.В. Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evu/2012_19_1/Granovsk.pdf

32. Грейсон Д., Ходгес А. Корпоративная социальная возможность! Семь шагов по построению корпоративной социальной ответственности. – Шефелд: Гринфлинг, 2004. – 135 с.

33. Грицина Л. А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством: автореф. ... канд. екон. наук. Хмельницький: Хмельницький нац. ун-т, 2009. 20 с.

34. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. №7. С. 3-8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2010_7_3.

35. Декларація Ріо-де-Жанейро з навколишнього середовища і розвитку, прийнята Конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку (Ріо-де-Жанейро, 3–14 червня 1992). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_455.

36. Директива ООН з питань захисту споживачів. URL: <http://unctad.org/en/Pages/DITC/CompetitionLaw/UN-Guidelines-on-Consumer-Protection.aspx>

37. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова,

М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2013. 296 с.

38. Діалог зі стейкхолдерами: міжнародні та українські реалії сьогодення. METRO Cash&Carry, 2008. 40 с.

39. Діяльність громадських об'єднань в Україні у 2014 р. *Статистичний бюлетень* / за ред. О.О. Кармазіної. Київ: Державна служба статистики України, 2015. 145 с.

40. Діяльність громадських об'єднань в Україні у 2015 р. *Статистичний бюлетень* / за ред. О.О. Кармазіної. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 100 с.

41. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2013 р. *Статистичний збірник* / за ред. М. С. Кузнєцова. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 471 с.

42. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2015 р. *Статистичний збірник* / за ред. М. С. Кузнєцова. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 480 с.

43. Діяльність суб'єктів господарювання у 2013 р. *Статистичний збірник* / за ред. М. С. Кузнєцова. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 447 с.

44. Діяльність суб'єктів господарювання у 2015 р. *Статистичний збірник* / за ред. М. С. Кузнєцової. Київ: Державна служба статистики України, 2016. 455 с.

45. Довідники пільг, наданих чинним законодавством по сплаті податків, зборів, інших обов'язкових платежів. URL: <http://minrd.gov.ua/dovidniki-reestri-perelik/dovidniki-/54005.html>

46. Дослідження PFS 2008 рік. URL: <http://www.shrmindia.org/companiesemerging-economies-brazil-russia-india-and-china-most-csr-friendly>.

47. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века. Пер. с англ. Н. Макаровой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.

48. Дудкін О.В. Організаційно-економічні основи розвитку соціальної відповідальності промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Суми, 2011. 20 с.

49. Дьякова В. Появление и развитие модели «Нового государственного менеджмента». *Центр политического анализа и прогнозирования «Центурион»*. URL: <http://centurion-center.narod.ru/vd3.html>.

50. Економічна енциклопедія. Відповід. ред. С. В. Мочерний. К.: Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 2. С. 355-372.

51. Європейська соціальна хартія (переглянута). Рада Європи; Хартія, Міжнародний документ від 03.05.1996. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_062

52. Жиглей І. В. Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності: теорія, методологія, практика: автореф. дис. ... доктора екон. наук. Житомир, 2011. 37 с.

53. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. К.: Знання, 2007. 1072 с.

54. Захарчин Г. М., Струтинська Л. Р., Андрусів С. В. Розвиток підприємництва на основі синтезу культури і відповідальності // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rozvitok-pidpriemnitstva-na-osnovi-sintezu-kulturi-i-vidpovidalnosti>

55. Зверкович И. О., Склад Е. Н. Исследование моделей корпоративной социальной ответственности, используемых в мировой практике. *CRS Journal*. URL: <http://www.csrjournal.com/lib/analyticarticle/1746-issledovanie-modelejjkorporativnojj-socialnojj.html>.

56. Зінченко А. Г., Саприкіна М. А. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект. Київ, 2008. 60 с.

57. Иванова В. Особенности формирования моделей корпоративной социальной ответственности в зарубежных странах и России. *Человек и закон*. 2009. № 10. URL: http://www.chelt.ru/2009/10-09/ivanova_10-09.html.

58. Іванченкова Л. В. Організаційно-економічне забезпечення реалізації природозберігаючої функції підприємництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Одеса, 2011. 22 с.

59. Как повысить эффективность КСО-программ: роль HR: руководство для социально ответственных компаний. Київ: Фарбований лист, 2011. 39 с.

60. Клоченко Л. Правовые основы и модели страхования ответственности за загрязнение окружающей среды. *Страховое дело*. 1996. № 7. С. 30-33.

61. Коваленко Є. В. Корпоративна соціальна відповідальність як забезпечення стійкого розвитку бізнес-організацій. *Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph*. Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. 332 p. С. 286-291.

62. Коваленко Є. В. Еволюція відповідальності у бізнесі як відображення соціально-економічних процесів макrorівня. *Вісник Одеського Національного університету. Економіка*. 2015. Т. 20. Вип. 1/2. С.57-61.

63. Коваленко Є. В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності. *Механізм регулювання економіки*. 2016. № 1. С.11-17.

64. Коваленко Є. В. Методичні засади оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Соціально-економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та проблеми відтворення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. (28-29 квітня 2017 р., м. Львів). Львів, 2017. С.31-33.

65. Коваленко Є. В. Організаційно-економічні аспекти вдосконалення управління КСВ. *STABICONsystems – 2017: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. (27-29 квітня 2017 р., м. Суми). СумДУ: Суми, 2017. С. 63-65.

66. Коваленко Є. В. Особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*.

Вип.7. 2015. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-7-2015/15-vipusk-7-veresen-2015-r/1202-kovalenko-e-v-osoblivosti-rozvitku-korporativnoji-sotsialnoji-vidpovidalnosti-v-ukrajini>.

67. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 9. 2015. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf>.

68. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Сучасні проблеми менеджменту*. Матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. (23 жовтня 2015, Київ). Київ.: НАУ 2015. С. 149-150.

69. Коваленко Є. В. Теоретичні засади державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч.1. С.50-53.

70. Коваленко Є. В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Економіка і Фінанси*. 2017. № 2. С.47-57.

71. Коваленко Є. В., Пересадько Г. О., Старченко Л. В. Оцінка забезпечення організаційно-економічних засад у сфері поводження з ТВП. *Вісник ОНУ*. Т19. Вип. 3/2. Економіка. 2014. С.165-169.

72. Коваленко Є. В. Взаємозв'язок сучасних моделей публічного управління та корпоративної соціальної відповідальності. *Сучасні проблеми менеджменту*. Матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (28 жовтня 2016, Київ). Київ.: НАУ. 2016. С. 153-156.

73. Коваленко Є. В. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності. *Економічні проблеми сталого розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. імені проф. Балацького О.Ф. (27 травня 2015 м. Суми) / За заг. ред.: О. В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. Суми: СумДУ, 2015. С. 173-174.

74. Коваленко Є. В. Модель розвитку корпоративної соціальної відповідальності. *Modern problems of management: economics, education, health care and pharmacy: 3rd International Scientific Conference* (19-21

November 2015, Opole, Poland): conference proceedings. – Opole, Poland: WSZiA, 2015. P. 24-26.

75. Коваленко Є. В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічний розвиток України: загрози та виклики в умовах трансформаційних змін*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (29-30 квітня 2016, м. Одеса) / відп. за вип. д. е. н., проф. С. О. Якубовський. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечнікова, 2016. С. 65-67.

76. Коваленко Є. В. Організаційно-інституційні детермінанти управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №10. С.158-161.

77. Коваленко Є. В. Оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Вісник СумДУ*. Серія «Економіка». 2016. №3. С. 27-39.

78. Коваленко Є. В., Кулик Л. А. Перехід до екологічно збалансованого ресурсозберігаючого розвитку як фактор підвищення ресурсоефективності регіону. *Съвременни проблеми на регионалното развитие: събрани статии*. Т. 1. Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, Бългрия, 2014. С. 355-359.

79. Коваленко Є. В. Розвиток соціальної відповідальності в Україні. *Виробничий менеджмент: історія і сьогодення*: Матеріали круглого столу з нагоди 100-річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне і промислове управління» (1916 р.). Київ: НУБіП. 2016. С.146-149.

80. Коваленко Є. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Економіка в контексті інноваційного розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (12–13 лютого 2016, м. Ужгород). Ужгород: Гельветика. 2016. Ч. 4. С. 44-47.

81. Коваленко Є. В., Сотник І. М., Дегтярьова І. Б. Сучасні загрози енерго- та ресурсоефективному розвитку економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 11(173). С. 137-145.

82. Коваленко Є. В. Чинники розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики*: Матеріали четвертої міжнар. наук.-практ. конф. (18 вересня 2015, м. Одеса). Одеса: Атлант, 2015. С. 350-351.

83. Коваленко Є. В. Стимулювання розвитку корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2017. № 26. С.167-171.

84. Коваленко Є. В., Білопільська О. О., Сухоставець Р. М. Формування економічного механізму екологічного страхування в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2010. №4. С. 192-197.

85. Коваленко Є. В., Сотник І. М., Харчишина О. В. Реформування системи субсидій населенню в контексті сталого енергоефективного розвитку України. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 243-252.

86. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. №4. С.5-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2.

87. Компетенції відповідальних лідерів країн Центрально-східної Європи. Матеріали міжнародної конференції (2–3 грудня 2010, Львів). Львів: УКУ. 2010. 62 с.

88. Коник Д. Л. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: Матеріали експертного дослідження / відп. ред. Ю. Саєнко; НАН України, Ін-т соціології, Фонд «Інтелектуальна перспектива», Представництво Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ). Київ: Батискаф, 2002. 71 с.

89. Коноваленко А. С. Оцінка рівня соціальної відповідальності малого і середнього підприємництва: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Донецьк, 2010. 20 с.

90. Коротков Э. М. Концепция менеджмента: Учеб. пособ. М.: ДсКА, 1998. 304 с.
91. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник. Саприкіна М. А. та ін.; за наук. ред. д.е.н., проф. О. С. Редькіна. Київ: Фарбований лист, 2011. 480 с.
92. Корпоративная социальная ответственность для электроэнергетических компаний: повышаем эффективность бизнеса / под общ. ред. М. Калменова. Алматы: KEGOC, 2014. 68 с.
93. 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. Москва: Ассоциация менеджеров, 2003. 100 с.
94. Котлер Ф., Н. Лі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. С.4.
95. Красильников Д. Г., Сивинцева О. В., Троицкая Е. А. Современные западные управленческие модели: синтез New Public Management и Good Governance. *Ars administrandi*. 2014. №2. С.45-62.
96. Кульман А. М. Экономические механизмы. М.: Прогресс. 1993. 360 с.
97. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: Монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
98. Куцик П., Семенишина Ю. Соціальна звітність підприємств: проблеми і перспективи розвитку. URL: http://sophus.at.ua/publ/2014_11_25_lviv/sekcija_2_2014_11_25/socialna_zvitnist_pidpriemstv_problemi_i_perspektivi_rozvitku/68-1-0-1111
99. Ласукова А. С. Порівняльний аналіз моделей корпоративної соціальної відповідальності в банках світу. *Вісник Запорізького національного*

університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2012. № 3(15). С. 181-188.

100. Левковська Л. В. Формування корпоративного управління сталим регіональним розвитком: автореф. дис. ... доктора екон. наук. Київ, 2011. 41 с.

101. Лисенко Ю. Єгоров П. Організаційно-економічний механізм управління підприємством. *Економіка України*. 1997. № 1. С. 86-97.

102. Лобанов В.В. Модернизация государственного управления: проблемы и решения. *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2010. № 2. С. 35-47.

103. Македон В.В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2012. Вип. 126. С. 198-206.

104. Международный стандарт ISO/FDIS 26000. Руководство по социальной ответственности. URL: http://www.nornik.ru/_upload/editor_files/file1756.pdf.

105. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. пер. с англ. М.: Дело. 1997. 493 с.

106. Методичні рекомендації щодо оцінки ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності / за заг. ред. Н. А. Супрун, Н. М. Ушакової. Київ, 2013. 22 с.

107. Механизмы корпоративной социальной ответственности / ред. кол. сер.: В. Ф. Уколов. Москва: Проспект, 2009. 76 с.

108. Міненко М. А. Фахові об'єднання в аграрно-промисловій сфері: автореф. дис. ... доктора екон. наук. Київ, 2011. 28 с.

109. Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1999. 247 с.

110. Москаленко В. П., Шипунова О. В. Финансово-экономический механизм промышленного предприятия: научно-методическое издание. Под научной редакцией д.э.н., проф. В. П. Москаленко. – Сумы: Довкілля, 2003. 176 с.

111. Мохов В. П., Оуэн Н. Государственная служба и бюрократия. *Россия и Британия в поисках достойного правления* / под общ. ред. И. К. Кирьянова, Н. Оуэна, Дж. Сникеры. Пермь, 2000. С. 196.

112. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. 2009. № 2. С. 114-122.

113. Мухин В. И. Основы теории управления: Учебник. М.: Экзамен, 2003. 256 с.

114. Національний рейтинг благодійників 2016: цифри, факти, тенденції. URL: <http://www.prostir.ua/?news=natsionalnyj-rejtynh-blahodijnykiv-2016-tsyfry-fakty-tendantsiji>

115. Никонов А. А., Страхова О. А., Слюзберг М. О. Управление результатами и затратами в научно-технических организациях машиностроения. Л.: Машиностроение, 1988. 79 с.

116. Норма ISO 26000 «Керівництво з питань соціальної відповідальності». URL: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546

117. Норт Д. Вклад неоинституционализма в понимание проблем переходной экономики. URL: <http://www.wider.unu.edu>.

118. Основы економічної теорії: навч. посібник / За ред. В. О. Білика, П. Т. Саблука. К.: ІАЕ, 1999. 468 с.

119. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність. – К.: Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний інститут», 2015. – 180 с.

120. Павлов Р. Н. Институты социальной ответственности бизнеса и проблемы корпоративного управления в России // Препринт # WP/2003,152. Москва: ЦЭМИ РАН, 2003. 49 с.

121. Пасічник М. В. Механізм впровадження нового публічного менеджменту: досвід США. URL: http://academy.gov.ua/ej/ej9/doc_pdf/Pasichnyk_MV.pdf.

122. Петрашко Л. П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес-практиці. *Міжнародна економічна політика* : наук. журн. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; гол. ред. Д. Лук'яненко. Київ: КНЕУ, 2011. Вип. № 1–2(14–15). С. 115-141.

123. Плакасов Т. О. Эффективность инструментов корпоративной социальной ответственности : автореф. дис. наук. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством. М., 2012. 20 с.

124. Податковий кодекс України № 2755-VI від 2 грудня 2010 р. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/>.

125. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. Київ: Енергія, 2008. 96 с.

126. Практика благодійної діяльності бізнес-компаній в Україні: сучасний досвід (звіт за результатами дослідження) / А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський; за заг. ред. А. Гулевської-Черниш. К.: Салютіс, 2010. 60 с

127. Практики КСВ в Україні 2013. Під ред. М. Саприкіної, О. Янковської. Київ, 2014. 113 с.

128. Принципи CERES/Valdez. URL: <https://www.ceres.org/about-us/our-history/ceres-principles>

129. Про державно-приватне партнерство: Закон України № 2404-VI від 1 липня 2010 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>

130. Про затвердження заходів щодо реалізації пріоритетних напрямів розвитку корпоративного управління в акціонерних товариствах: Розпорядження КМУ від 18 січня 2003 р. N 25-р. URL: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=247480016

131. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. № 389. *Офіційний вісник України*. 2011. № 28. С. 94.

132. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України № 4618-VI від 22 березня 2012 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

133. Про соціальний діалог в Україні: Закон України № 2862-VI від 23 грудня 2010 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2862-17>

134. Регіони України. Статистичний збірник за 2014 рік. Ч. 1 / за ред. О. Г. Осауленка. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 299 с.

135. Регіони України. Статистичний збірник за 2014 рік. Ч. 2 / за ред. О. Г. Осауленка. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 733 с.

136. Регіони України. Статистичний збірник за 2016 рік. Ч. 1 / за ред. І. М. Жук. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 323 с.

137. Регіони України. Статистичний збірник за 2016 рік. Ч. 2 / за ред. І. М. Жук. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 687 с.

138. Савченко І. Г. Соціальна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. Х., 2007. 18 с.

139. Система стандартів GRI. URL: <https://www.globalreporting.org/standards>

140. Сіменко М. О. Соціально орієнтоване управління діяльністю підприємств: автореф. ... канд. екон. наук. Київ, 2011. 36 с.

141. Смерічевський С., Клімова О. Удосконалення нормативно-правової бази державного регулювання інтегрованих корпоративних систем *Вісник*

Тернопільського національного економічного університету. 2011. Вип. 3. С. 23-30.

142. Софієнко А. В. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та сучасні тенденції. *Економічні інновації*. 2012. Вип. 47. С. 297-301.

143. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. Київ: ВК «КІТ», 2005. 45 с.

144. Соціальна звітність Lifecell. URL: http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/sotsialna-vidpovidalnist/sotsialna-zvitnist/

145. Статистичний щорічник України за 2010 рік / за ред. О. Г. Осауленка. Київ: Державна служба статистики України, 2011. 560 с.

146. Статистичний щорічник України за 2014 рік / за ред. І. М. Жук. Київ: Державна служба статистики України, 2015. 586 с.

147. Статистичний щорічник України за 2016 рік / за ред. І. М. Жук. Київ: Державна служба статистики України, 2017. 610 с.

148. Степанова О. В. Організаційно-економічні основи соціально-відповідального управління промисловими підприємствами: автореф. ... канд. екон. наук. Суми: СумДУ, 2008. 20 с.

149. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку. *Економіка і прогнозування*. 2009. № 3. С. 71-74.

150. Сухотеріна М. І. Кодекс корпоративного управління в системі управління машинобудівного підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 1 (52). С. 81-85.

151. Тульчинский Г. Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности: уч. пособие. СПб.: НИУ ВШЭ. Санкт-Петербург, 2012. 236 с.

152. Тютин Д. В. Эволюция нового государственного управления: логика эффективности, результативности и менеджмента публичных ценностей. *Теория и практика общественного развития*. 2014. № 5. URL:

http://www.teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2014/5/ekonomika/tyutin.pdf.

153. У Львові затвердили громадські проекти, які фінансуватимуть з міського бюджету. Сайт Львівської міської ради. URL: <http://city-adm.lviv.ua/news/society/public-sector/236578-lviv-tse-misto-iake-nalezhyt-vsimplam-i-my-vsi-povynni-v-nomu-aktyvno-pratsiuvaty-andrii-sadovyi>

154. Ушенко Н. В. Соціальна відповідальність держави. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип.17. 2017. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/187.pdf>

155. Фридман М. Капитализм и свобода / пер. с англ. М.: Новое издательство, 2006. 240 с.

156. Харчишина О. В. Corporate social responsibility of SMEs. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_2_58.pdf.

157. Харчишина О. В. Corporate social responsibility: literature review. *Modern problems of management: economics, education, health care and pharmacy: 2nd International Scientific Conference (Opole, 23-27 October, 2014): conference proceedings*. Opole (Poland): WSZiA, 2014. С. 33-35.

158. Хейвуд Е. Политология: учебник для студентов вузов / пер. с англ.; под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Вельского. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 544 с.

159. Хоуит Р. Взгляд Европарламента на будущее социальной ответственности. *SEAL*. 2003. Зима. С. 42-43.

160. Царик І. М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Чернігів, 2011. 23 с.

161. Чухно А. А. Вибрані праці: у 2 т. – К.: ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. 557 с.

162. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою: монографія. – Д.: Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», 2011. 357 с.

163. Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности предприятия и объединений / А. Б. Бутник-Сиверський, Р. С. Сайфулин, Я. Р. Рейльян и др. М.: Финансы и статистика, 1982. 200 с.

164. Юзик Л. О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. Серія: Економічні науки. 2010. Вип. 3. С. 158-165.

165. Albareda L., Lozano J., Ysa T. Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe//*Journal of Business Ethics*. 2007. №74. p.391-407.

166. Almond G., Verba S. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press, 1963. 312 p. URL: <https://ru.scribd.com/doc/137951239/ALMOND-VERBA-the-Civic-Culture-Political-Attitudes-and-Democracy-in-Five-Nations>

167. Bartol L. Three CSR Models in New European Union Member States and Candidate Countries. *CSR Papers*. 2008, December. URL: <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/CSRpapers/default.htm>.

168. Behn R. D. *Rethinking Democratic Accountability*. Washington: Brookings, DC, Brookings Institution Press, 2001. 317 p.

169. Berger T. *Cultures of Antimilitarism: National Security in Germany and Japan*. Johns Hopkins University Press: Baltimore, Md, 1998. 256 p.

170. Börzel T. Improving compliance through domestic mobilisation? New instruments and effectiveness of implementation in Spain. *Implementing EU Environmental Policy: New Approaches to an Old Problem* / ed. by C. Knill and A. Lenschow. Manchester: Manchester University Press, 2000. P. 221-250.

171. Bowen H. R. *Social Responsibilities of the Businessman.* / H.R Bowen // Haper & Row. N.Y. 1953. P. 284.

172. Bryane M. Corporate Social Responsibility in International Development: An Overview and Critique. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management.* 2003. Vol.10. P. 115-128. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/csr.41>

173. Bumgarner J., Newswander C. The Irony of NPM. The Inevitable Extension of the Role of the American State. *American Review of Public Administration.* 2009. Vol. 39(2). P. 189-207.

174. Business for Social Responsibility. Taking the Temperature of CSR Leaders. *A survey of global CSR leaders by Business for Social Responsibility and the Dutch Ministry of Economic Affairs.* URL: www.bsr.org/Meta/BSRleaders_survey.pdf.

175. Carr A. Is Business Bluffing Ethical? *Harvard Business Review.* 1968. Vol. 46, January-February. P. 143-153. URL: http://www.mrgunnar.net/files/Carr%20Is%20Business%20Bluffing%20Ethical%20_edit_.pdf.

176. *Carroll A. B.* A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review.* 1979. Vol. 4(4). P. 500.

177. Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development. URL: http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/csr2002_col_en.pdf.

178. Crane A., Matten D. *Business Ethics: A European Perspective.* Oxford: Oxford University Press, 2004. P.364.

179. *Corporate environmental responsibility* / edited by Neil Gunningham. – Farnham: Ashgate, 2009. P. 587.

180. Davis K. *Business and Society: Environment and Responsibility* / K. Davis, R. Blomstrom // McGraw-Hill. N.Y. 1975. P. 23.

181. Długosz D., Wygnański J. J. Obywatele współdecydują, Przewodnik po partycypacji społecznej, Stowarzyszenie na rzecz Forum Inicjatyw Pozarządowych, Warszawa, 2005. S. 22.

182. European Commission. Green Paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility. *Office for Official Publications of the European Communities*. Luxembourg, 2001. 37 p. URL: https://www.google.com.ua/?gfe_rd=cr&ei=4MxeWLLPO6-8zAWNjomgCQ#q=europa.eu%2Frapid%2Fpress-release_DOC-01-9_en.pdf.

183. Freeman R. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman: Boston, 1984. P. 276.

184. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. 1970, September 13. P. 32-33, 122-126.

185. Government as Partner? CSR Policy in Europe. Gutersloh: Bertelsmann Stiftung, 2006. P. 4.

186. Hayek F. A. (1967a). What's social? What does it mean? In F. A. Hayek (Ed.), *Studies in philosophy, politics and economics* (pp. 237-247). New York: Simon & Schuster.

187. Hopkins M. *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility Matters*. Earthscan: London. 2003. P. 252.

188. John P. Is there life after policy streams, advocacy coalitions, and punctuations? *The Policy Studies Journal*, 2003. Vol. 31(4). P. 481-498.

189. Kębłowski W. Budżet Partycypacyjny w Polsce – ewaluacja. Warszawa, 2014. S. 40-52.

190. Kettl D. *The Global Public Management Revolution: A Report on the Transformation of Governance*. Washington DC: Brookings Institute Press, 2000. P. 30-33.

191. Knill C., Lenschow A. On deficient implementation and deficient theories: the need for an institutional perspective in implementation research.

Implementing EU environmental policy. New directions and old problems. Manchester: Manchester University Press, 2000. P.9-35

192. Kovalenko E., Illiashenko S., Peresadko G., Pidlisna O. Corporate social responsibility in marketing researches: literature review. *Corporate Ownership and Control*. 2014. Vol. 11, issue 4. P. 499-503 (0,6 друк. арк.).

193. Kovalenko E., Kolontaevskaya A. Environmental problems in downside of globalization. *Economics for Ecology ISCS'2011: 17th International Scientific Conference*, May 6-9, 2011. Суми: СумДУ. 2011. С. 66-68.

194. Leipziger D. *The Corporate Responsibility Code Book*. Greenleaf Publishing Ltd: Sheffield. 2003. P. 512.

195. Lepoutre J., Heene A. Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: A Critical Review. *Journal of Business Ethics*. 2006. Vol. 67(3). P. 257–273. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9183-5>.

196. Les Tien-Shang Lee. The pivotal roles of corporate environment responsibility / Les Tien-Shang Lee // *Industrial Management & Data Systems*. 2012. Vol. 112, Iss: 3. P. 466-483.

197. Lewin K. 1951. *Field Theory in Social Science*. New York: Harper & Row

198. Lijphart A. *Patterns of Democracy. Government Forms and Performance in Thirty-Six Countries*. London: Yale University Press, 1999. URL: <http://lux.booksee.org/g/Lijphart>.

199. Lux J., Thorsen S., Meisling A. The European Initiatives. *Corporate Social Responsibility : the Corporate Governance of the 21st Century* / general ed.: Ramon Mullerat; authors: Daniel Brennan ... [et al.]. The Hague: Kluwer Law International, 2005. P. 279-298.

200. Mathis A. *Corporate social responsibility and public policy-making: perspectives, instruments, and consequences*. Twente, 2008. P. 487.

201. Nabatchi T. Addressing the Citizenship and Democratic Deficits: The Potential of Deliberative Democracy for Public Administration. *American Review of Public Administration*. 2010. Vol. 40(4). P. 376-399.

202. Participants of the UN Global Compact – Ukraine. URL: <https://www.unglobalcompact.org/engage-locally/europe/ukraine>
203. Pinchot G., Pinchot E. *The Intelligent Organization*. San Francisco: Berrett Koehler, 1996. P. 243.
204. Porter M., Kramer M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 2009. Vol. 84(12). P. 78-94.
205. Raistrick A. Two Centuries of Industrial Welfare: The London (Quaker) Lead Company, 1692–1905. Kelsall & Davis, 1988. P. 172.
206. Redman E. Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public Policy. *Surveys: Policy and Social Perspectives from Community, Political, and Corporate Leaders : Rosevelt review*. 2005, summer. P. 95–108. URL: <http://files.meetup.com/1325336/Three%20Models%20of%20CSR.pdf>.
207. Reitz R. Paul Tillich and New Harmony. Stuttgart: Evangelisches Verlagswerk Stuttgart, 1970. P.128.
208. Revell A., Blackburn R. The business case for sustainability? An examination of small firms in the UK's construction and restaurant sectors. *Business Strategy and the Environment*. 2007. Vol. 16(6). P. 404-420. URL: <http://dx.doi.org/10.1002/bse.499>.
209. Risse T. Constructivism and International Institutions: Toward Conversations across Paradigms. *Political Science. State of the Discipline. Reconsidering Power, Choice, and the State at Centurys End* / Katznelson I., Milner H.V. (eds.). New York: W. W. Norton & Company, Inc, 2002. P. 597-623.
210. Roberts S., Lawson R., Nicholls J. Generating Regional-Scale Improvements in SME Corporate Responsibility Performance: Lessons from Responsibility Northwest. *Journal of Business Ethics*. 2006. Vol. 67(3). P. 275-286. URL: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9184-4>.

211. Rosta M. What makes a New Public Management reform successful? An institutional analysis. *Conference proceeding of the 11th Public Management Research Association Conference*, organized by the Maxwell School of Citizenship and Public Affairs, Syracuse University (02–04.06.2011). URL: https://www.maxwell.syr.edu/uploadedFiles/conferences/pmrc/Files/Rosta_What%20makes%20a%.

212. Rowley T. Moving beyond dyadic ties: a network theory of stakeholder influences. *Academy of Management Review*. 1997. Vol. 22 (4). P. 887-910.

213. Sabatier P., Jenkins-Smith H. The Advocacy Coalition Framework. An Assessment. *Theories of the Policy Process* / P.A. Sabatier (ed.). Westview Press: Boulder, 1999. P.117-166.

214. Spence L-J. CSR and Small Business in a European Policy Context: The Five Cs of CSR and Small Business Research Agenda 2007. *Business and Society Review*. 2007. Vol. 112(4). P. 533-552. URL: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8594.2007.00308.x>.

215. Steets J., T. Weihe. Corporate Social Responsibility – What We Could Learn from the Past. *Paper presented at the 2nd International Conference on Corporate Social Responsibility «Globalization and Corporate Responsibility»* (Berlin, 12-13 October, 2006). Berlin, Germany: Humboldt University, 2006.

216. Terry L. Administrative Leadership, NeoManagerialism, and the Public Management Movement. *Public Administration Review*. 1998. Vol. 58, no. 3. P. 194-200.

217. UN Global Compact. – Режим доступа: <https://www.unglobalcompact.org/> Albareda L., Lozano J., Ysa T. Public Policies on Corporate Social Responsibility: The Role of Governments in Europe. *Journal of Business Ethics*. 2007. Vol. 74. P. 391-407.

218. UNDP. Governance for Sustainable Human Development. January, 1997. URL:<http://gis.emro.who.int/HealthSystemObservatory/Workshops/>

WorkshopDocuments/Reference%20reading%20material/Literature%20on%20Governance/GOVERN~2.PDF.

219. Vakkuri J. Struggling with Ambiguity: Public Managers as Users of NPM-Oriented Management Instruments. *Public Administration*. 2010. Vol. 88(4). P. 999-1024.

220. Vos J.F.J. Corporate Social Responsibility and the Identification of Stakeholders. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2003. Vol.10. P. 141-152.

ДОДАТКИ

Додаток А
Таблиця А.1

**Початковий склад показників для визначення рівня управління
корпоративною соціальною відповідальністю підприємств**

№	Назва показника	Одиниця виміру
1	Капітальні інвестиції	млн. грн
2	Капітальні інвестиції на одну особу	грн.
3	Кількість суб'єктів ЄДРПОУ	одиниць
4	Кількість юридичних осіб	одиниць
5	Валовий внутрішній продукт	млн. грн.
6	Валовий внутрішній продукт у розрахунку на одну особу	грн.
7	Фінансові результати підприємств до оподаткування	млн. грн.
8	Рентабельність операційної діяльності підприємств	відсотків
9	Кількість інноваційно активних підприємств у промисловості	одиниць
10	Витрати на інноваційну діяльність підприємств	млн. грн.
11	Впроваджено інноваційних процесів	процесів
12	Впроваджено інноваційних видів продукції	найменувань
13	Капітальні інвестиції у житлове будівництво	млн. грн.
14	Роздрібний товарооборот підприємств	млн. грн.
15	Оборот роздрібною торгівлі на одну особу	грн.
16	Кількість укладених і зареєстрованих колективних договорів	одиниць
17	Кількість працівників, охоплених колективними договорами	тис. осіб
18	Середньооблікова кількість штатних працівників	тис. осіб
19	Середня заробітна плата	грн.
20	Кількість найманих працівників підприємств, установ, організацій	тис. осіб
21	Капітальні інвестиції у охорону та раціональне використання природних ресурсів	млн. грн.
22	Поточні витрати на охорону та раціональне використання природних ресурсів	млн. грн.
23	Частка оборотної і послідовно (повторно) використаної води в загальному обсязі використання води на виробничі потреби	відсотків
24	Викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення	тис. т
25	Скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти	млн. м ³
26	Потужність очисних споруд	млн. м ³
27	Пред'явлено екологічний податок	млн. грн.
28	Пред'явлено штрафні санкції за правопорушення законодавства про охорону навколишнього природного середовища	млн. грн.
29	Частка фактично сплаченого екологічного податку до загальної суми пред'явленого	відсотків
30	Доходи населення у вигляді заробітної плати	млн. грн.
31	Обсяг інноваційної продукції	млн. грн.

Джерело: складено автором

Додаток Б

Таблиця Б.1

Початкова матриця змінних для проведення факторного аналізу

Рік	Номер показника (змінної) згідно додатку Б									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2010	189061,00	4137,90	1051925,00	1012993,00	1120600,00	24429,00	58334,00	4,00	1462,00	8045,50
2011	259932,00	5709,60	1080990,00	1043595,00	1349200,00	29519,00	122210,00	5,90	1619,00	14333,90
2012	293692,00	6467,10	1104741,00	1067599,00	1359100,00	32002,00	101884,70	5,00	1758,00	11480,60
2013	267728,00	5908,90	1138342,00	1100278,00	1522700,00	33473,00	29283,20	3,90	1715,00	9562,60
2014	219420,00	5122,90	1109625,00	1072945,00	1586900,00	36904,00	-523587,00	-4,90	1609,00	7695,90
2015	273116,00	6399,90	1159892,00	1121347,00	1979500,00	46201,00	-340126,60	1,00	824,00	13813,70

Рік	Номер показника (змінної) згідно додатку Б									
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
2010	2043,00	2408,00	28736,00	541548,00	5916,00	105014,00	8967,60	10758,00	2239,00	12564,20
2011	2510,00	3238,00	29557,00	685721,00	7659,00	98514,00	8766,50	10556,00	2633,00	12093,80
2012	2188,00	3403,00	38549,00	812052,00	8610,00	101712,00	8730,00	10589,00	3026,00	12181,30
2013	1576,00	3138,00	41567,00	888773,00	9236,00	88286,00	8263,20	10164,00	3265,00	11700,50
2014	1743,00	3661,00	33177,00	901924,00	9941,00	76017,00	6866,40	8959,00	3480,00	10565,20
2015	1217,00	3136,00	45610,00	1031679,00	11380,00	69602,00	6343,30	8065,00	4195,00	9501,10

Рік	Номер показника (змінної) згідно додатку Б										
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
2010	2761,50	10366,60	89,00	4131,60	1744,00	7425,00	1361,20	471,60	90,30	449553,00	10995,10
2011	6451,00	12039,40	89,00	4374,60	1612,00	7687,00	1990,00	491,60	91,70	529133,00	17411,00
2012	6589,30	13924,70	89,00	4335,30	1521,00	7577,00	2028,60	567,50	95,20	609394,00	14512,60
2013	6038,80	14339,10	89,00	4295,10	1717,00	7592,00	3050,60	773,80	88,80	630734,00	12391,20
2014	7959,90	13965,70	90,00	3350,00	923,00	7190,00	2918,10	835,20	96,50	615022,00	7066,30
2015	7675,60	16915,50	90,00	2857,40	875,00	5801,00	2419,30	699,40	80,50	741102,00	7284,20

Джерело: складено автором

Додаток В

Результати багатомірного факторного аналізу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю (тестовий варіант, 31 змінна)

Таблиця В.1

Описові статистики

№ змінної	Середнє	Стандартне відхилення	Аналіз N
VAR00001	250491,5000	38738,90968	6
VAR00002	5624,3833	878,74084	6
VAR00003	1107585,8333	38728,78737	6
VAR00004	1069792,8333	38767,18737	6
VAR00005	1486333,3333	290999,75716	6
VAR00006	33754,6667	7387,68734	6
VAR00007	-92000,2833	271522,10788	6
VAR00008	2,4833	3,97563	6
VAR00009	1497,8333	345,60753	6
VAR00010	10822,0333	2856,04644	6
VAR00011	1879,5000	462,40361	6
VAR00012	3164,0000	420,14331	6
VAR00013	36199,3333	6809,55008	6
VAR00014	810282,8333	173961,06646	6
VAR00015	8790,3333	1886,96864	6
VAR00016	89857,5000	14487,91212	6
VAR00017	7989,5000	1109,50337	6
VAR00018	9848,5000	1090,66122	6
VAR00019	3139,6667	682,06969	6
VAR00020	11434,3500	1169,02376	6
VAR00021	6246,0167	1861,49195	6
VAR00022	13591,8333	2221,16741	6
VAR00023	89,3333	,51640	6
VAR00024	3890,6667	634,58111	6
VAR00025	1398,6667	395,36144	6
VAR00026	7212,0000	712,74455	6
VAR00027	2294,6333	634,13107	6
VAR00028	639,8500	151,77027	6
VAR00029	90,5000	5,70018	6
VAR00030	595823,0000	98711,70995	6
VAR00031	11610,0667	4060,11868	6

Джерело: складено автором

Таблиця В.2

Матриця кореляцій

№/№	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010
VAR00001	1,000	0,979	0,626	0,631	0,432	0,445	0,210	0,348	-0,006	0,678
VAR00002	0,979	1,000	0,743	0,748	0,600	0,617	0,014	0,178	-0,154	0,678
VAR00003	0,626	0,743	1,000	1,000	0,914	0,899	-0,471	-0,301	-0,453	0,309
VAR00004	0,631	0,748	1,000	1,000	0,913	0,899	-0,476	-0,308	-0,440	0,308
VAR00005	0,432	0,600	0,914	0,913	1,000	0,992	-0,684	-0,478	-0,696	0,377
VAR00006	0,445	0,617	0,899	0,899	0,992	1,000	-0,711	-0,512	-0,684	0,356
VAR00007	0,210	0,014	-0,471	-0,476	-0,684	-0,711	1,000	0,959	0,462	0,236
VAR00008	0,348	0,178	-0,301	-0,308	-0,478	-0,512	0,959	1,000	0,218	0,463
VAR00009	-0,006	-0,154	-0,453	-0,440	-0,696	-0,684	0,462	0,218	1,000	-0,393
VAR00010	0,678	0,678	0,309	0,308	0,377	0,356	0,236	0,463	-0,393	1,000
VAR00011	-0,075	-0,227	-0,793	-0,785	-0,798	-0,780	0,647	0,516	0,646	0,120
VAR00012	0,503	0,571	0,469	0,489	0,444	0,486	-0,460	-0,474	0,230	0,152
VAR00013	0,680	0,764	0,938	0,933	0,795	0,794	-0,267	-0,090	-0,462	0,306
VAR00014	0,562	0,704	0,963	0,967	0,934	0,942	-0,642	-0,498	-0,422	0,236
VAR00015	0,516	0,673	0,936	0,941	0,961	0,970	-0,701	-0,543	-0,491	0,278
VAR00016	-0,140	-0,330	-0,800	-0,801	-0,933	-0,923	0,877	0,738	0,613	-0,093
VAR00017	-0,086	-0,287	-0,732	-0,733	-0,913	-0,923	0,918	0,776	0,676	-0,079
VAR00018	-0,116	-0,316	-0,743	-0,742	-0,934	-0,940	0,876	0,707	0,752	-0,161

Продовж. табл. В.2

VAR00019	0,462	0,628	0,936	0,938	0,980	0,989	-0,712	-0,537	-0,598	0,265
VAR00020	-0,190	-0,386	-0,783	-0,783	-0,958	-0,961	0,846	0,667	0,741	-0,223
VAR00021	0,572	0,694	0,720	0,733	0,765	0,789	-0,607	-0,508	-0,180	0,369
VAR00022	0,638	0,773	0,971	0,972	0,945	0,956	-0,547	-0,362	-0,527	0,364
VAR00023	-0,084	0,121	0,543	0,547	0,790	0,818	-0,970	-0,864	-0,631	-0,018
VAR00024	0,076	-0,128	-0,572	-0,569	-0,823	-0,843	0,888	0,732	0,811	-0,065
VAR00025	-0,072	-0,270	-0,572	-0,578	-0,809	-0,852	0,923	0,802	0,607	-0,108
VAR00026	-0,127	-0,301	-0,635	-0,627	-0,843	-0,850	0,631	0,399	0,955	-0,326
VAR00027	0,321	0,408	0,748	0,757	0,616	0,588	-0,541	-0,543	0,070	-0,130
VAR00028	0,116	0,244	0,720	0,726	0,656	0,650	-0,747	-0,757	-0,077	-0,324
VAR00029	-0,195	-0,275	-0,541	-0,524	-0,612	-0,554	0,106	-0,143	0,854	-0,475
VAR00030	0,640	0,775	0,972	0,974	0,945	0,955	-0,550	-0,369	-0,513	0,363
VAR00031	0,349	0,168	-0,432	-0,428	-0,593	-0,615	0,878	0,833	0,579	0,419

Продовж. табл. В.2

№/№	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020
VAR00001	-0,075	0,503	0,680	0,562	0,516	-0,140	-0,086	-0,116	0,462	-0,190
VAR00002	-0,227	0,571	0,764	0,704	0,673	-0,330	-0,287	-0,316	0,628	-0,386
VAR00003	-0,793	0,469	0,938	0,963	0,936	-0,800	-0,732	-0,743	0,936	-0,783
VAR00004	-0,785	0,489	0,933	0,967	0,941	-0,801	-0,733	-0,742	0,938	-0,783
VAR00005	-0,798	0,444	0,795	0,934	0,961	-0,933	-0,913	-0,934	0,980	-0,958
VAR00006	-0,780	0,486	0,794	0,942	0,970	-0,923	-0,923	-0,940	0,989	-0,961
VAR00007	0,647	-0,460	-0,267	-0,642	-0,701	0,877	0,918	0,876	-0,712	0,846
VAR00008	0,516	-0,474	-0,090	-0,498	-0,543	0,738	0,776	0,707	-0,537	0,667
VAR00009	0,646	0,230	-0,462	-0,422	-0,491	0,613	0,676	0,752	-0,598	0,741
VAR00010	0,120	0,152	0,306	0,236	0,278	-0,093	-0,079	-0,161	0,265	-0,223
VAR00011	1,000	-0,046	-0,771	-0,758	-0,744	0,817	0,795	0,805	-0,815	0,795
VAR00012	-0,046	1,000	0,266	0,634	0,639	-0,468	-0,439	-0,375	0,525	-0,412
VAR00013	-0,771	0,266	1,000	0,855	0,807	-0,608	-0,565	-0,596	0,835	-0,633
VAR00014	-0,758	0,634	0,855	1,000	0,991	-0,873	-0,833	-0,825	0,977	-0,857
VAR00015	-0,744	0,639	0,807	0,991	1,000	-0,911	-0,884	-0,879	0,989	-0,908
VAR00016	0,817	-0,468	-0,608	-0,873	-0,911	1,000	0,980	0,970	-0,924	0,974
VAR00017	0,795	-0,439	-0,565	-0,833	-0,884	0,980	1,000	0,993	-0,910	0,987
VAR00018	0,805	-0,375	-0,596	-0,825	-0,879	0,970	0,993	1,000	-0,916	0,996
VAR00019	-0,815	0,525	0,835	0,977	0,989	-0,924	-0,910	-0,916	1,000	-0,938
VAR00020	0,795	-0,412	-0,633	-0,857	-0,908	0,974	0,987	0,996	-0,938	1,000
VAR00021	-0,338	0,907	0,515	0,845	0,871	-0,737	-0,710	-0,681	0,797	-0,722

Продовж. табл. В.2

VAR00022	-0,756	0,531	0,917	0,978	0,970	-0,821	-0,795	-0,810	0,975	-0,845
VAR00023	-0,669	0,432	0,363	0,697	0,768	-0,911	-0,967	-0,949	0,792	-0,928
VAR00024	0,762	-0,218	-0,458	-0,672	-0,741	0,889	0,954	0,966	-0,802	0,943
VAR00025	0,595	-0,537	-0,408	-0,738	-0,809	0,881	0,947	0,934	-0,822	0,923
VAR00026	0,770	-0,013	-0,621	-0,646	-0,703	0,774	0,834	0,889	-0,791	0,882
VAR00027	-0,562	0,680	0,542	0,784	0,744	-0,703	-0,581	-0,520	0,677	-0,549
VAR00028	-0,713	0,599	0,534	0,797	0,770	-0,801	-0,729	-0,664	0,736	-0,666
VAR00029	0,645	0,390	-0,602	-0,380	-0,398	0,449	0,426	0,518	-0,498	0,532
VAR00030	-0,750	0,547	0,911	0,982	0,974	-0,825	-0,796	-0,809	0,975	-0,845
VAR00031	0,820	-0,067	-0,361	-0,528	-0,559	0,764	0,821	0,799	-0,630	0,751

Продовж. табл. В.2

№/№	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025	VAR00026	VAR00027	VAR00028	VAR00029	VAR00030	VAR00031
VAR00001	0,572	0,638	-0,084	0,076	-0,072	-0,127	0,321	0,116	-0,195	0,640	0,349
VAR00002	0,694	0,773	0,121	-0,128	-0,270	-0,301	0,408	0,244	-0,275	0,775	0,168
VAR00003	0,720	0,971	0,543	-0,572	-0,572	-0,635	0,748	0,720	-0,541	0,972	-0,432
VAR00004	0,733	0,972	0,547	-0,569	-0,578	-0,627	0,757	0,726	-0,524	0,974	-0,428
VAR00005	0,765	0,945	0,790	-0,823	-0,809	-0,843	0,616	0,656	-0,612	0,945	-0,593
VAR00006	0,789	0,956	0,818	-0,843	-0,852	-0,850	0,588	0,650	-0,554	0,955	-0,615
VAR00007	-0,607	-0,547	-0,970	0,888	0,923	0,631	-0,541	-0,747	0,106	-0,550	0,878
VAR00008	-0,508	-0,362	-0,864	0,732	0,802	0,399	-0,543	-0,757	-0,143	-0,369	0,833
VAR00009	-0,180	-0,527	-0,631	0,811	0,607	0,955	0,070	-0,077	0,854	-0,513	0,579
VAR00010	0,369	0,364	-0,018	-0,065	-0,108	-0,326	-0,130	-0,324	-0,475	0,363	0,419
VAR00011	-0,338	-0,756	-0,669	0,762	0,595	0,770	-0,562	-0,713	0,645	-0,750	0,820
VAR00012	0,907	0,531	0,432	-0,218	-0,537	-0,013	0,680	0,599	0,390	0,547	-0,067
VAR00013	0,515	0,917	0,363	-0,458	-0,408	-0,621	0,542	0,534	-0,602	0,911	-0,361
VAR00014	0,845	0,978	0,697	-0,672	-0,738	-0,646	0,784	0,797	-0,380	0,982	-0,528
VAR00015	0,871	0,970	0,768	-0,741	-0,809	-0,703	0,744	0,770	-0,398	0,974	-0,559
VAR00016	-0,737	-0,821	-0,911	0,889	0,881	0,774	-0,703	-0,801	0,449	-0,825	0,764
VAR00017	-0,710	-0,795	-0,967	0,954	0,947	0,834	-0,581	-0,729	0,426	-0,796	0,821
VAR00018	-0,681	-0,810	-0,949	0,966	0,934	0,889	-0,520	-0,664	0,518	-0,809	0,799
VAR00019	0,797	0,975	0,792	-0,802	-0,822	-0,791	0,677	0,736	-0,498	0,975	-0,630
VAR00020	-0,722	-0,845	-0,928	0,943	0,923	0,882	-0,549	-0,666	0,532	-0,845	0,751
VAR00021	1,000	0,787	0,654	-0,521	-0,747	-0,400	0,710	0,654	-0,021	0,799	-0,259

Продовж. табл. В.2

VAR00022	0,787	1,000	0,645	-0,669	-0,703	-0,722	0,654	0,664	-0,504	1,000	-0,478
VAR00023	0,654	0,645	1,000	-0,961	-0,979	-0,779	0,457	0,650	-0,272	0,645	-0,846
VAR00024	-0,521	-0,669	-0,961	1,000	0,931	0,914	-0,323	-0,535	0,499	-0,664	0,869
VAR00025	-0,747	-0,703	-0,979	0,931	1,000	0,774	-0,432	-0,600	0,231	-0,703	0,754
VAR00026	-0,400	-0,722	-0,779	0,914	0,774	1,000	-0,152	-0,314	0,767	-0,711	0,704
VAR00027	0,710	0,654	0,457	-0,323	-0,432	-0,152	1,000	0,939	-0,012	0,670	-0,369
VAR00028	0,654	0,664	0,650	-0,535	-0,600	-0,314	0,939	1,000	-0,031	0,675	-0,651
VAR00029	-0,021	-0,504	-0,272	0,499	0,231	0,767	-0,012	-0,031	1,000	-0,492	0,306
VAR00030	0,799	1,000	0,645	-0,664	-0,703	-0,711	0,670	0,675	-0,492	1,000	-0,472
VAR00031	-0,259	-0,478	-0,846	0,869	0,754	0,704	-0,369	-0,651	0,306	-0,472	1,000

Джерело: складено автором

Таблиця В.3

Спільності (Метод виділення: Аналіз методом головних компонент)

Показники	Початкові	Вилучені
VAR00001	1,000	0,980
VAR00002	1,000	0,979
VAR00003	1,000	0,998
VAR00004	1,000	0,999
VAR00005	1,000	0,990
VAR00006	1,000	1,000
VAR00007	1,000	1,000
VAR00008	1,000	0,998
VAR00009	1,000	0,999
VAR00010	1,000	0,952
VAR00011	1,000	0,999
VAR00012	1,000	1,000
VAR00013	1,000	0,961
VAR00014	1,000	0,999
VAR00015	1,000	1,000
VAR00016	1,000	0,967
VAR00017	1,000	0,998
VAR00018	1,000	0,998
VAR00019	1,000	0,998
VAR00020	1,000	0,995
VAR00021	1,000	0,995
VAR00022	1,000	0,989
VAR00023	1,000	1,000
VAR00024	1,000	0,997
VAR00025	1,000	0,987
VAR00026	1,000	0,991
VAR00027	1,000	0,916
VAR00028	1,000	0,988
VAR00029	1,000	0,950
VAR00030	1,000	0,992
VAR00031	1,000	0,966

Джерело: складено автором

Таблиця В.4

Повна пояснена дисперсія

Компо- нента	Початкові власні значення			Суми квадратів навантажень вилучень			Суми квадратів навантажень обертання		
	разом	% дисперсії	кумулятивний %	разом	% дисперсії	кумулятивний %	разом	% дисперсії	кумулятивний %
1	20,505	66,146	66,146	20,505	66,146	66,146	12,694	40,948	40,948
2	4,937	15,927	82,073	4,937	15,927	82,073	11,757	37,926	78,873
3	3,451	11,133	93,206	3,451	11,133	93,206	3,322	10,715	89,589
4	1,685	5,437	98,643	1,685	5,437	98,643	2,807	9,054	98,643
5	0,421	1,357	100,000						
6	9,379E-016	3,026E-015	100,000						
7	5,858E-016	1,890E-015	100,000						
8	5,475E-016	1,766E-015	100,000						
9	4,437E-016	1,431E-015	100,000						
10	3,956E-016	1,276E-015	100,000						
11	3,582E-016	1,156E-015	100,000						
12	2,778E-016	8,961E-016	100,000						
13	1,980E-016	6,388E-016	100,000						
14	1,707E-016	5,508E-016	100,000						
15	1,460E-016	4,709E-016	100,000						
16	8,138E-017	2,625E-016	100,000						
17	5,421E-017	1,749E-016	100,000						
18	3,662E-017	1,181E-016	100,000						

Продовж. табл. В.4

19	-3,559E-018	-1,148E-017	100,000						
20	-7,105E-017	-2,292E-016	100,000						
21	-1,434E-016	-4,625E-016	100,000						
22	-1,762E-016	-5,684E-016	100,000						
23	-2,032E-016	-6,554E-016	100,000						
24	-3,000E-016	-9,676E-016	100,000						
25	-3,172E-016	-1,023E-015	100,000						
26	-4,022E-016	-1,298E-015	100,000						
27	-4,508E-016	-1,454E-015	100,000						
28	-5,032E-016	-1,623E-015	100,000						
29	-5,681E-016	-1,833E-015	100,000						
30	-6,361E-016	-2,052E-015	100,000						
31	-7,774E-016	-2,508E-015	100,000						

Примітка. Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Джерело: складено автором

Матриця компонент №1

Показники	Компонента			
	1	2	3	4
VAR00001	0,357	0,917	0,072	-0,082
VAR00002	0,537	0,821	0,054	-0,120
VAR00003	0,897	0,361	0,011	0,251
VAR00004	0,899	0,364	0,030	0,240
VAR00005	0,980	0,111	-0,128	-0,034
VAR00006	0,987	0,098	-0,098	-0,083
VAR00007	-0,786	0,565	-0,212	0,132
VAR00008	-0,619	0,665	-0,410	0,069
VAR00009	-0,627	0,189	0,742	0,139
VAR00010	0,212	0,677	-0,419	-0,522
VAR00011	-0,828	0,186	0,215	-0,483
VAR00012	0,510	0,257	0,741	-0,353
VAR00013	0,771	0,456	-0,162	0,365
VAR00014	0,955	0,231	0,161	0,092
VAR00015	0,978	0,170	0,124	-0,014
VAR00016	-0,962	0,198	-0,043	0,001
VAR00017	-0,954	0,280	0,013	0,099
VAR00018	-0,955	0,240	0,122	0,113
VAR00019	0,992	0,114	-0,002	0,027
VAR00020	-0,970	0,162	0,112	0,123
VAR00021	0,787	0,263	0,424	-0,355
VAR00022	0,939	0,320	-0,013	0,066
VAR00023	0,856	-0,454	0,035	-0,243
VAR00024	-0,859	0,424	0,230	0,164
VAR00025	-0,869	0,315	-0,061	0,359
VAR00026	-0,813	0,161	0,541	0,107
VAR00027	0,674	0,117	0,581	0,333
VAR00028	0,757	-0,160	0,515	0,354
VAR00029	-0,489	-0,139	0,805	-0,209
VAR00030	0,940	0,323	0,006	0,063
VAR00031	-0,697	0,657	0,068	-0,209

Примітки: Метод виділення: Аналіз методом головних компонент. Вилучених компонент: 4

Джерело: складено автором

Матриця обернених компонент №2

Показники	Компонента			
	1	2	3	4
VAR00001	0,236	0,806	0,132	0,508
VAR00002	0,036	0,852	0,108	0,490
VAR00003	-0,351	0,925	-0,138	-0,025
VAR00004	-0,353	0,927	-0,116	-0,023
VAR00005	-0,668	0,706	-0,180	0,114
VAR00006	-0,697	0,691	-0,135	0,133
VAR00007	0,934	-0,167	-0,137	0,283
VAR00008	0,837	-0,042	-0,302	0,454
VAR00009	0,652	-0,145	0,693	-0,270
VAR00010	0,015	0,331	-0,152	0,905
VAR00011	0,535	-0,575	0,467	0,405
VAR00012	-0,323	0,507	0,789	0,126
VAR00013	-0,170	0,910	-0,323	0,002
VAR00014	-0,520	0,852	0,046	-0,026
VAR00015	-0,613	0,788	0,047	0,037
VAR00016	0,811	-0,537	0,057	0,134
VAR00017	0,891	-0,438	0,075	0,081
VAR00018	0,880	-0,442	0,167	0,009
VAR00019	-0,646	0,756	-0,090	0,022
VAR00020	0,849	-0,500	0,150	-0,035
VAR00021	-0,536	0,649	0,477	0,242
VAR00022	-0,475	0,862	-0,096	0,104
VAR00023	-0,972	0,221	0,020	-0,076
VAR00024	0,939	-0,226	0,252	0,024
VAR00025	0,945	-0,282	-0,098	-0,076
VAR00026	0,749	-0,332	0,535	-0,184
VAR00027	-0,269	0,736	0,354	-0,420
VAR00028	-0,483	0,613	0,259	-0,558
VAR00029	0,235	-0,365	0,850	-0,198
VAR00030	-0,475	0,866	-0,076	0,100
VAR00031	0,806	-0,119	0,249	0,490

Примітки: Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Метод обертання: Варімакс с нормалізацією Кайзера. Обертання зійшло за 8 ітерацій.

Джерело: складено автором

Додаток Г

Результати багатомірного факторного аналізу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю (11 показників)

Таблиця Г.1

Описові статистики

Показники	Середнє	Стандартне відхилення	Аналіз N
VAR00001	250491,5000	38738,90968	6
VAR00007	-92000,2833	271522,10788	6
VAR00010	10822,0333	2856,04644	6
VAR00011	1879,5000	462,40361	6
VAR00013	36199,3333	6809,55008	6
VAR00017	7989,5000	1109,50337	6
VAR00018	9848,5000	1090,66122	6
VAR00021	6246,0167	1861,49195	6
VAR00022	13591,8333	2221,16741	6
VAR00030	595823,0000	98711,70995	6
VAR00031	11610,0683	4060,11907	6

Джерело: складено автором

Таблиця Г.2

Повна пояснена дисперсія

КомпONENTА	Початкові власні значення			Суми квадратів навантажень обертання		
	разом	% дисперсії	кумулятивний %	разом	% дисперсії	кумулятивний %
1	6,794	61,766	61,766	5,796	52,693	52,693
2	2,804	25,487	87,252	3,802	34,560	87,252
3	0,909	8,264	95,516			
4	0,453	4,115	99,631			
5	0,041	0,369	100,000			
6	3,513E-016	3,193E-015	100,000			
7	1,392E-016	1,265E-015	100,000			
8	3,178E-017	2,889E-016	100,000			
9	-6,866E-017	-6,242E-016	100,000			
10	-1,825E-016	-1,659E-015	100,000			
11	-3,545E-016	-3,223E-015	100,000			

Примітка. Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Джерело: складено автором

Матриця обернених компонент

Показники	Компонента	
	1	2
VAR00001	0,125	0,968
VAR00007	0,938	0,087
VAR00010	0,232	0,790
VAR00011	0,869	-0,186
VAR00013	-0,510	0,722
VAR00017	0,944	-0,247
VAR00018	0,921	-0,291
VAR00021	-0,516	0,642
VAR00022	-0,678	0,727
VAR00030	-0,677	0,729
VAR00031	0,954	0,245

Примітки: Метод виділення: Аналіз методом головних компонент.

Метод обертання: Варімакс с нормалізацією Кайзера. Обертання зійшло за 3 ітерації.

Джерело: складено автором

Додаток Д
Таблиця Д.1

Результати розрахунку інтегрального індексу рівня управління корпоративною соціальною відповідальністю

№	VAR00001	VAR00007	VAR00010	VAR00011	VAR00013	VAR00017	VAR00018	VAR00021	VAR00022	VAR00030	VAR00031	Ін 1	Ін 2	Ін 3
1	7373,00	5228,70	13813,70	26,00	1277,00	208,90	282,00	40,50	147,30	45986,00	73,10	0,43	4,10	1,90
2	6167,00	-3180,10	575,30	13,00	1315,00	153,20	171,00	5,30	108,60	25521,00	10,90	0,13	0,53	0,29
3	25920,00	-46590,60	65,30	77,00	1422,00	645,20	810,00	1417,90	5494,20	125231,00	203,10	0,02	2,86	1,15
4	8304,00	-61704,20	7568,90	20,00	114,00	395,80	472,00	232,30	1431,50	89121,00	537,60	-0,57	2,86	0,80
5	4044,00	3,10	827,70	20,00	865,00	187,30	220,00	18,00	85,80	33833,00	88,60	0,28	0,52	0,37
6	3778,00	-1586,70	32,70	7,00	1494,00	153,80	172,00	7,80	88,80	27010,00	,00	0,15	0,33	0,22
7	7794,00	-2724,30	22,50	114,00	337,00	336,70	384,00	591,50	1587,10	62260,00	682,30	0,76	0,96	0,84
8	9609,00	-7186,20	32,10	50,00	2511,00	182,00	200,00	90,50	234,00	35407,00	40,90	0,15	0,66	0,36
9	24359,00	-18556,40	92,20	39,00	6135,00	242,00	344,00	4157,50	489,30	57238,00	236,90	0,08	2,77	1,16
10	4057,00	-4187,20	144,77	19,00	339,00	153,50	180,00	6,30	113,40	26111,00	70,50	0,15	0,28	0,20
11	2060,00	-51543,10	127,70	21,00	138,00	147,80	173,00	51,90	521,80	33166,00	360,90	-0,71	0,33	-0,30
12	13387,00	-7630,10	24,30	49,00	4030,00	400,70	483,00	60,40	341,70	73026,00	416,80	0,54	1,01	0,73
13	5990,00	-2663,50	277,80	13,00	493,00	169,50	207,00	98,20	1502,50	33387,00	11,00	0,17	0,74	0,39
14	9984,00	-15780,00	291,60	26,00	1362,00	339,00	438,00	26,50	279,30	75554,00	199,60	0,20	0,75	0,42
15	8338,00	4001,20	49,70	34,00	1112,00	261,90	328,00	66,90	854,80	45846,00	0,30	0,45	0,67	0,54
16	4334,00	-5308,10	128,60	9,00	1200,00	153,00	188,00	42,90	340,50	30248,00	18,00	0,09	0,43	0,22
17	3663,00	4653,50	6,90	185,00	572,00	199,70	219,00	52,50	251,50	33295,00	1245,00	1,08	0,32	0,78
18	3828,00	-2088,00	162,40	32,00	1480,00	113,40	158,00	23,70	14,10	24817,00	74,90	0,18	0,35	0,25
19	11247,00	-2701,80	14,60	212,00	1642,00	483,20	576,00	62,90	787,90	85083,00	2156,00	1,64	0,88	1,34
20	3107,00	2378,90	667,00	25,00	345,00	139,30	173,00	7,90	717,00	28180,00	10,10	0,26	0,53	0,37
21	6809,00	-479,90	70,10	9,00	3035,00	175,60	220,00	19,30	192,70	36779,00	2,10	0,21	0,61	0,37
22	4486,00	3719,00	66,70	15,00	933,00	185,20	225,00	54,30	206,00	33306,00	39,80	0,33	0,37	0,35
23	2789,00	417,80	53,50	15,00	1485,00	96,70	117,00	18,70	68,80	21374,00	0,00	0,15	0,29	0,20
24	3550,00	3502,20	18,80	35,00	705,00	157,00	194,00	30,90	219,00	29064,00	38,90	0,33	0,30	0,32
25	88139,00	-130120,80	35,00	152,00	11269,00	662,90	1132,00	491,00	1483,20	220892,00	767,10	-1,18	4,46	1,08
26	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	0,57

Джерело: складено автором

Список публікацій здобувача за темою дисертації
Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати
дисертації

Розділи у колективних монографіях:

1. Коваленко Є. В. Корпоративна соціальна відповідальність як забезпечення стійкого розвитку бізнес-організацій // Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph - Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. 332 p. С. 286-291 (0,5 друк. арк.). (Монографію включено до міжнародної наукометричної бази РІНЦ (Росія).

У наукових фахових виданнях України:

2. Коваленко Є. В., Білопільська О. О., Сухоставець Р. М. Формування економічного механізму екологічного страхування в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2010. №4. С. 192-197 (0,55 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено завдання та основні складові економічного механізму екологічного страхування в Україні).

3. Коваленко Є. В., Пересадько Г. О., Старченко Л. В. Оцінка забезпечення організаційно-економічних засад у сфері поводження з ТВП. *Вісник ОНУ*. Т19. Вип. 3/2. Економіка. 2014. С.165-169 (0,6 друк. арк.). (Особистий внесок: узагальнено стан проблеми щодо утворення ТВП, визначено її вплив на рівень екологічної та соціальної напруги. (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *Google Scholar*, *ІРБІС* (Україна).

4. Коваленко Є. В. Теоретичні засади державного регулювання корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 13. Ч.1. С.50-53 (0,6 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *ІРБІС* (Україна).

5. Коваленко Є. В. Еволюція відповідальності у бізнесі як відображення соціально-економічних процесів макrorівня. *Вісник Одеського Національного університету. Економіка*. 2015. Т. 20. Вип. 1/2. С.57-61 (0,7 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus (Польща)*, *Google Scholar*, *IPBIC (Україна)*).

6. Коваленко Є. В. Особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип.7. 2015. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-7-2015/15-vipusk-7-veresen-2015-r/1202-kovalenko-e-v-osoblivosti-rozvitku-korporativnoji-sotsialnoji-vidpovidalnosti-v-ukrajini> (0,5 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus (Польща)*).

7. Коваленко Є. В. Сучасні загрози енерго- та ресурсоефективному розвитку економіки. / Коваленко Є. В., Сотник І. М., Дегтярьова І. Б./ *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 11(173). С. 137-45 (0,75 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено недостатній рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності як одну з основних загроз енерго- та ресурсоефективного розвитку економіки; узагальнено позитивний досвід провідних українських компаній у цьому напрямі). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Scopus (Нідерланди)*, *EBSCOhost*, *EconLit*, *ABI/Inform (by ProQuest)*, *Erih Plus (Норвегія)*).

8. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 9. 2016. URL: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/28.pdf> (0,65 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази *Index Copernicus (Польща)*).

9. Коваленко Є. В. Оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Вісник СумДУ*. Серія «Економіка». 2016. №3. С.27-39 (0,9 друк. арк.).

10. Коваленко Є. В. Зарубіжний досвід формування національних моделей корпоративної соціальної відповідальності. *Механізм регулювання*

економіки. 2016. № 1. С.11-17 (0,6 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *Ulrich's Periodicals Directory Ulrichweb* (США), *Google Scholar*, *CEJSH* (Польща), *EconBiz* (Німеччина), *RePec* (США), *РІНЦ* (Росія), *ІРБІС* (Україна).

11. Коваленко Є. В. Організаційно-інституційні детермінанти управління корпоративною соціальною відповідальністю // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №10. С.158-161 (0,4 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *ІРБІС* (Україна).

12. Коваленко Є. В., Сотник І. М., Харчишина О. В. Реформування системи субсидій населенню в контексті сталого енергоефективного розвитку України. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 243–252 (0,75 друк. арк.) (Особистий внесок: визначено концепцію сталого розвитку як основу державної політики енергозбереження; обґрунтовано, що реалізація усіх складових політики енергозбереження можлива лише за рахунок розвитку корпоративної соціальної відповідальності). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *EBSCOhost*, *EconLit*, *ABI/Inform* (by ProQuest), *Erih Plus* (Норвегія).

13. Коваленко Є. В. Стимулювання розвитку корпоративної соціальної відповідальності // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2017. № 26. С.167-171 (0,5 друк. арк.). (Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз *Index Copernicus* (Польща), *ІРБІС* (Україна).

Статті у наукових фахових виданнях іноземних держав, які включені до міжнародних наукометричних баз:

14. Kovalenko E. Corporate social responsibility in marketing researches: literature review / E. Kovalenko, S. Illiashenko, G. Peresadko, O. Pidlisna /*Corporate Ownership and control*. 2014. Vol. 11, issue 4. P. 499–503 (0,6 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено поняття корпоративної соціальної

відповідальності). (Випуск журналу включено до міжнародної наукометричної бази **Scopus** (Нідерланди).

15. Коваленко Є. В., Кулик Л. А. Перехід до екологічно збалансованого ресурсозберігаючого розвитку як фактор підвищення ресурсоефективності регіону. *Съвременни проблеми на регионалното развитие: събрани статии*. Т. 1. Академично издателство на Аграрния университет Пловдив, Бългрия, 2014. С. 355-359 (0,4 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено основні складові організаційно-економічного механізму екологічно-збалансованого розвитку регіону, зазначено завдання та роль цього механізму у забезпеченні сталого розвитку). (Випуск видання включено до міжнародних наукометричних баз РИНЦ) (Росія); *Conference Proceedings Citation Index - Social Sciences & Humanities (CPCI-SSH)*.

**Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації
(матеріали наукових конференцій)**

16. Kovalenko E., Kolontaevskaya A. Environmental problems in downside of globalization. *Economics for Ecology ISCS'2011: 17th International Scientific Conference*, May 6-9, 2011. Суми: СумДУ. 2011. С. 66-68 (0,13 друк. арк.). (Особистий внесок: визначено основні екологічні проблеми, які пов'язані із процесом глобалізації).

17. Коваленко Є. В. Модель розвитку корпоративної соціальної відповідальності. *Modern problems of management: economics, education, health care and pharmacy: 3rd International Scientific Conference* (19–21 November 2015, Opole, Poland): conference proceedings. Opole, Poland: WSZiA, 2015. P. 24–26 (0,15 друк. арк.).

18. Коваленко Є. В. Еволюція корпоративної соціальної відповідальності. *Економічні проблеми сталого розвитку: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. імені проф. Балацького О. Ф.* (27 травня 2015 м. Суми) / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. Суми: СумДУ, 2015. С. 173-174 (0,15 друк. арк.).

19. Коваленко Є. В. Чинники розвитку соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики*: Матеріали четвертої міжнар. наук.-практ. конф. (18 вересня 2015, м. Одеса). Одеса: Атлант, 2015. С. 350–351 (0,15 друк. арк.).

20. Коваленко Є. В. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Сучасні проблеми менеджменту*: XI Міжнар. наук.-практ. конф. (23 жовтня 2015, Київ): тези доповідей / Національний авіаційний університет. Київ. 2015. С. 149-150 (0,11 друк. арк.).

21. Коваленко Є. В. Національні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічний розвиток України: загрози та виклики в умовах трансформаційних змін*. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (29–30 квітня 2016, м. Одеса) / відп. за вип. д. е. н., проф. С.О. Якубовський. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечнікова, 2016. С. 65-67 (0,25 друк. арк.).

22. Коваленко Є. В. Взаємозв'язок сучасних моделей публічного управління та корпоративної соціальної відповідальності. *Сучасні проблеми менеджменту*: Матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. (28 жовтня 2016, Київ): тези доповідей / Національний авіаційний університет. Київ. 2016. С.153-56 (0,15 друк. арк.).

23. Коваленко Є. В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні. *Економіка в контексті інноваційного розвитку*: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (12-13 лютого 2016, м. Ужгород). Ужгород: Гельветика. 2016. Ч.4. С. 44-47 (0,25 друк. арк.).

24. Коваленко Є. В. Розвиток соціальної відповідальності в Україні. *Виробничий менеджмент: історія і сьогодення*: Матеріали круглого столу з нагоди 100-річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне і промислове управління» (1916 р.). Київ: НУБіП. 2016. С.146-149 (0,15 друк. арк.).

25. Коваленко Є. В. Методичні засади оцінювання стану управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Соціально-економічний потенціал сталого розвитку країни: сучасний стан, тенденції та проблеми*

відтворення: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (28-29 квітня 2017 р., м. Львів). Львів, 2017. С.31-33 (0,2 друк. арк.).

26. Коваленко Є. В. Організаційно-економічні аспекти вдосконалення управління КСВ. *STABICON systems – 2017*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (27-29 квітня 2017 р., м. Суми). СумДУ: Суми, 2017. С.63-65 (0,13 друк. арк.).

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації:

27. Коваленко Є. В. Формування організаційно-економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю. *Економіка і Фінанси*. 2017. № 2. С.47-57 (0,6 друк. арк.). (*Випуск журналу включено до міжнародних наукометричних баз РИНЦ (Росія); Ulrich's Periodicals Directory (Велика Британія, США); Index Copernicus (Польща).*)

Акти та довідки впровадження результатів дисертації



НАРОДНИЙ ДЕПУТАТ УКРАЇНИ
Комітет Верховної Ради України
з питань екологічної політики, природокористування та
ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи
Заступник Голови Комітету
Недава Олег Анатолійович

Україна, 01008, м. Київ, вул. Грушевського, 5

№ 224/4-31

« 28 » 01 2017 р.

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ
результатів дисертаційного дослідження
Коваленка Євгена Володимировича

Цією довідкою засвідчується, що Комітетом з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи Верховної Ради України були схвалені рекомендації Коваленка Є. В. щодо державного регулювання у галузі охорони природи. Зазначені матеріали були опрацьовані під час підготовки рекомендацій слухань у Комітеті на тему «Реформування природоохоронної галузі: зміна системи нагляду за дотриманням законодавства» (Рішення Комітету № 29/21 від 27.01.2016 р.).

Рекомендації дисертанта Коваленка Є. В. щодо реформування наглядово-контрольної системи природоохоронної галузі на принципах підвищення ефективності заходів моніторингу та контролю, посилення функцій держави та громадськості щодо контролю за використанням природних ресурсів відповідають державній політиці у сфері охорони природи та напрямам її реформування, зокрема, відповідно до міжнародних угод, ратифікованих Верховною Радою України. Пропозиції дисертанта дозволять підвищити рівень відповідальності суб'єктів господарювання за порушення природоохоронного законодавства та посилити роль громадськості у цьому процесі. Зазначені розробки дисертанта Коваленка Є. В. рекомендовано Комітетом до використання при підготовці Концепції реформування системи нагляду за дотриманням природоохоронного законодавства України з врахуванням положень Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, ратифікованою Законом України 16 вересня 2014 р. №1678-VII.

З повагою

Народний депутат України

підтверджую:

Керівник Управління кадрів
Апарату Верховної Ради України

18 01 2017 р.

О. НЕДАВА





СУМСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ

пл. Незалежності, 2, м. Суми, 40030 тел. (0542) 63-13-25; факс (0542) 62-03-35;
e-mail: gue@sm.gov.ua; код ЄДРПОУ 02742148

21.06.2016 № 766 на № _____ від _____

Національний авіаційний університет

Довідка

про впровадження результатів наукових досліджень
Коваленка Євгена Володимировича

Департамент економічного розвитку і торгівлі Сумської обласної державної адміністрації розглянув і прийняв до використання у роботі результати наукових досліджень Коваленка Євгена Володимировича щодо розвитку соціальної відповідальності на регіональному рівні, зокрема, через поглиблення соціального діалогу між місцевими органами влади і управління та суб'єктами підприємницької діяльності, громадянами і їх об'єднаннями. Результатом впровадження наукового доробку Коваленка Є. В. стане активізація участі громадян у бюджетному процесі на місцевому рівні і запровадження партиципаторного бюджетування у містах і селищах Сумської області.

Зокрема, Коваленко Є. В. у поданих до Департаменту економічного розвитку і торгівлі Сумської обласної державної адміністрації рекомендаціях узагальнив вітчизняний та зарубіжний досвід запровадження громадського бюджету, його переваги для забезпечення розвитку відповідних територій, підвищення рівня довіри громадян до органів місцевої влади і самоврядування, позитивний вплив партиципаторного бюджетування на зростання свідомості і суспільної активності громадян та соціальної відповідальності суб'єктів підприємництва. Також результати наукового дослідження Коваленка Є. В. акцентують увагу на проблемних моментах, що можуть мати місце в процесі партиципаторного бюджетування, та на можливих шляхах їх уникнення.

Результати оприлюднення наукових розробок Коваленка Є. В. свідчать про їх важливу теоретико-методологічну та прикладну цінність. Використання наукового доробку дисертанта у практиці регіонального управління є перспективним і дасть можливість підвищити рівень соціальної відповідальності на рівні адміністративно-територіальних одиниць, забезпечити покращення залучення громадян до прийняття і виконання рішень місцевих органів влади, зміцнити соціально-економічний потенціал Сумської області.

Директор Департаменту
економічного розвитку і
торгівлі Сумської обласної
державної адміністрації



О.М.Сітак

"Центр розвитку території та соціального маркетингу "Триторія", ГО
пл. Незалежності, б.з. к.420, м. Суми, 40030, Україна
ЄДРПОУ 39316830, Сумське відділення ПАТ "Укрсоцбанк", п/р 26008011445318, МФО 300023



e-mail: trytoria@ukr.net, www.mt.co.ua

№ 13 від 23.01.2017р.

Довідка

про впровадження результатів досліджень
дисертанта Коваленка Євгена Володимировича

Цією довідкою засвідчується, що Громадська організація «Центр розвитку території та соціального маркетингу «Триторія» ознайомилась і прийняла до використання наукові розробки, запропоновані дисертантом Є. В. Коваленком. Зокрема, корисними для роботи ГО «Центр розвитку територій та соціального маркетингу «Триторія» виявились дослідження дисертанта щодо організації взаємодії між органами місцевого самоврядування та представниками місцевого бізнесу в процесі розвитку корпоративної соціальної відповідальності на засадах партнерства, впровадження економічного механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю у частині рекомендованих дослідником принципів та практичних заходів, а також використання бюджету участі як інструменту підвищення громадянської активності і розвитку відповідальності усіх суб'єктів на регіональному рівні. Ці та інші розробки дисертанта були використані під час підготовки і проведення Аграрного форуму (5 липня 2016 року, м. Суми), Круглого столу «Індустрія 4.0» (20 січня 2017 року, м. Суми).

Вважаємо, що результати наукових досліджень Коваленка Є. В. мають практичну цінність і можуть бути використані у роботі інститутів громадянського суспільства, органів місцевого самоврядування, представників бізнес-структур у процесі управління розвитком корпоративної соціальної відповідальності.

Голова ГО "ЦРТСМ «Триторія»



Ю.М. Гладенко

Житомирська обласна асоціація науковців і консультантів
«ДОРАДЧИЙ ЦЕНТР»



10004 Україна, м.Житомир, вул.Соснова 36г

Тел. +38-067-42-32-576,
р/р № 26008280291831(980) у Київській
міській філії АКБ «Укрсоцбанк» МФО 322012
E-mail: consultcentre@gmail.com

27.03.16 № 35/16

*Довідка
про впровадження результатів наукових досліджень
дисертанта Коваленка Є. В.*

Результати проведених Коваленком Є. В. досліджень були вивчені фахівцями ГО ЖОАНК «Дорадчий центр», одержали схвальний відгук і були рекомендовані до використання у практичній діяльності громадської організації, зокрема, при розробці тренінгових програм і проведенні навчальних занять та просвітницької роботи серед власників малого та середнього бізнесу, а також фахівців місцевих органів влади і самоврядування.

Так, окремі положення дисертаційного дослідження Коваленка Є. В. (теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності, зміст її складових, переваги здійснення діяльності на засадах відповідальності бізнесу, методологічні засади оцінювання заходів з корпоративної соціальної відповідальності, роль держави у розвитку корпоративної соціальної відповідальності та ін.) були використані при розробці Проекту «Розвиток молодіжного підприємництва», поданого на розгляд Управління економічного розвитку Житомирської облдержадміністрації у рамках реалізації Програми розвитку малого і середнього бізнесу у Житомирській області. Надані дисертантом Коваленком Є. В. матеріали дозволили сформуванню навчальну програму проекту та методичні матеріали для слухачів, зокрема теми «Соціальна відповідальність суб'єктів бізнесу». Також результати досліджень дисертанта були використані під час круглих столів і дискусій, присвячених обговоренню соціальних проблем розвитку малого і середнього бізнесу, поглибленню співпраці підприємств області і місцевих органів влади і самоврядування.

Заступник голови



А. М. Пампуха



СУМСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД

ПРОЕКТИРОВАНИЕ, ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА НАСОСНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

ООО «СУМСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»
Код : 34933255
ИНН: 349332518190 Св. № 100021824
40020, г.Сумы, ул. Машиностроителей, 4

Тел./факс: +380 542 700520
Факс: +380 542 700522
e-mail: smz@ds-soyuz.com.ua

№ ОМ12-0037

Довідка про впровадження результатів дисертаційного дослідження Коваленка Є. В.

Керівництво ТОВ «Сумський машинобудівний завод» розглянуло результати наукових досліджень Коваленка Є. В. щодо підвищення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Практичні рекомендації дисертанта відповідають умовам підприємства і були використані у роботі ТОВ «Сумський машинобудівний завод».

Зокрема, на основі пропозицій дисертанта було проведено діагностику рівня корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Сумський машинобудівний завод». Діагностика рівня соціальної відповідальності проводилась за такими напрямками як відповідальність підприємства перед персоналом, споживачами, навколишнім середовищем, місцевою громадою. Аналіз рівня корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Сумський машинобудівний завод» дав можливість визначити загальний стан соціальної відповідальності бізнесу на підприємстві, діагностувати існуючі проблеми і диспропорції у процесі її формування, визначити коло стратегічних стейкхолдерів, скласти програму її розвитку і способи узгодження з існуючою стратегією розвитку ТОВ «Сумський машинобудівний завод». Впровадження зазначених теоретико-методологічних і практичних рекомендацій дисертанта довело їх ефективність, обґрунтованість та практичну цінність.

Директор

С.Є. Кіріченко

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор

Сумського державного університету



В.Д. Карпуша

« » _____ 2017 р.

АКТ

«14» 03 2017 р.

м. Суми

№ 8

про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Коваленко Євгена Володимировича на тему: «Організаційно-
економічний механізм управління корпоративною
соціальною відповідальністю» у навчальний процес
Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та
менеджменту імені Олега Балацького

Комісія у складі:

Голова:

- директор Навчально-наукового інституту
фінансів, економіки та менеджменту імені
Олега Балацького,
д.е.н., професор *Васильєва Т.А.*

Члени комісії:

- заступник начальника навчально-
методичного відділу,
к.е.н., доцент *Криклій О.А.*

- завідувач кафедри управління,
д.е.н., професор *Теліженко О.М.*

- завідувач кафедри економіки та бізнес-
адміністрування,
д.е.н., професор *Мельник Л.Г.*

У період з 13.03.2017р. по 17.03.2017р. комісія виконала роботу щодо визначення практичного впровадження результатів дисертаційного дослідження Коваленко Є.В. на тему «Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю» у навчальний процес Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького Сумського державного університету.

Комісія розглянула такі матеріали:

1. Дисертаційну роботу Коваленко Є.В. на тему «Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю».
2. Робочі програми курсів дисциплін:
 - «Державне регулювання корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу» (викладається для студентів спеціальності 8.15010002 «Державна служба» денної форми навчання);
 - «Економіка і бізнес» (викладається для студентів спеціальності 6.030503 «Економіка підприємства» усіх форм навчання);
 - «Економіка розвитку» (викладається для студентів спеціальності 8.03050401 «Економіка підприємства» та спеціальності 8.18010016 «Бізнес-адміністрування» усіх форм навчання);
 - «Корпоративне управління» (викладається для студентів спеціальності 8.18010018 «Адміністративний менеджмент» та спеціальності 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» денної форми навчання).
3. Видані навчально-методичні та наукові матеріали для вивчення перерахованих дисциплін.

За результатами проведеної роботи комісією встановлено, що:


1. Розроблені у дисертаційній роботі Коваленко Є.В. на тему «Організаційно-економічний механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю» теоретичні та методичні положення, а також практичні методики використовуються при викладанні наступних дисциплін:
 - 1.1 «Державне регулювання корпоративною соціальною відповідальністю бізнесу»;
 - 1.2 «Економіка і бізнес»;
 - 1.3 «Економіка розвитку»;
 - 1.4 «Корпоративне управління».

2. Застосування у навчальному процесі Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького Сумського державного університету матеріалів дисертаційного дослідження Коваленко Є.В. дало змогу адаптувати вказані дисципліни до умов трансформаційних процесів в освіті, поглибити їх теоретико-методичні основи та підвищити якість підготовки фахівців з економічних спеціальностей.

Голова комісії:  Т.А. Васильєва

Члени комісії:  О.А. Криклій

 О.М. Теліженко

 Л.Г. Мельник