



Н. С. Станасюк<sup>1</sup>, І. І. Пасінович<sup>2</sup>, А. Р. Томашевська  
Національний університет “Львівська політехніка”,  
кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва  
ORCID: <sup>1</sup> 0000-0002-6885-9431, <sup>2</sup> 0000-0003-4899-7498

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

<http://doi.org/10.23939/semi2021.02.109>

© Станасюк Н. С., Пасінович І. І., Томашевська А. Р., 2021

Розглянуто ключові характеристики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Доведено, що КСВ поступово трансформується у систему екологічних, соціальних і управлінських параметрів – ESG. Наведено показники, за якими можна здійснювати оцінювання цих напрямів діяльності підприємства. Виділено три групи підходів до оцінювання КСВ. Сформовано систему індикаторів для оцінювання вигоди від реалізації КСВ-активностей. Наведено найпоширеніші фондові індекси, які визначають на підставі оцінювання ESG-показників компаній.

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність; ESG-показники; нефінансова соціальна звітність; ESG-рейтинги; оцінювання.

### Постановка проблеми

Соціальна відповідальність є важливою рисою сучасного бізнесу. Вона передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми, виконання моральних вимог, які ставить суспільство. Компанії вже усвідомили переваги соціальної проактивної позиції й усе частіше й системніше долучаються до вирішення соціальних і екологічних проблем.

Соціальні ініціативи є добровільними діями, які ґрунтуються на усвідомленні своєї відповідальності перед суспільством і природою за результати діяльності. Однак КСВ-активності потребують фінансування, тобто впровадження КСВ на практиці пов'язане із певними витратами компанії. Відтак постає питання щодо оцінювання ефективності КСВ, оскільки підприємства, як комерційні організації, орієнтовані на отримання прибутку, а менеджери підзвітні перед акціонерами. Акціонери, які ризикують вкладеним капіталом, мають право знати, що їхні кошти витрачаються ефективно і принесуть їм вигоди у майбутньому. Це актуалізує питання оцінювання КСВ з позиції витрати/вигоди.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

У міру збільшення кількості підприємств, які позиціонують себе як соціально відповідальні, зростає увага науковців і практиків до питання оцінювання КСВ, напрацювання методології визначення її ефективності. Зокрема, методичні підходи до оцінювання соціальної відповідальності розроблено у працях О. А. Буян [1], В. А. Євтушенко [2], О. О. Затейщикова [3], Н. Л. Кусик, А. В. Ковалевської [4], Т. В. Хлевицької [5], С. В. Філіппової, М. І. Сухотеріна [6], М. Янкалова [7] та деяких інших вчених. Серед зарубіжних дослідників вагомий внесок у дослідження проблематики корпоративної соціальної відповідальності зробили Г. Боуен [8] та Ф. Котлер [9].

Успішні світові КСВ-практики вивчали у своїй праці Х. Валенте, К. Мануель, С. Фігарес [10]. Проте, попри численні дослідження у цій сфері, єдиного методичного підходу до оцінювання КСВ не вироблено.

### **Формулювання гіпотез і постановка цілей**

Автори гіпотетично припускають, що розвиток КСВ позитивно впливає на діяльність компаній загалом. Мета статті – дослідити підходи до оцінювання рівня КСВ та визначити сферу їх використання. Відповідно до зазначеної мети поставлено та вирішено такі завдання: розглянути ключові характеристики КСВ, систематизувати та охарактеризувати різні методологічні підходи до оцінювання КСВ, розкрити зміст ESG-показників, які слугують універсальними індикаторами КСВ-активностей компаній.

### **Методи дослідження**

Під час проведення дослідження використано абстрактно-логічний метод – для діагностики стану КСВ в Україні та виявлення тенденційності її розвитку, узагальнення теоретичних і методичних засад оцінювання КСВ; системного підходу – для узагальнення системи показників оцінювання КСВ; експертний – для визначення системи ESG-показників.

### **Виклад основного матеріалу**

Сьогодні концепція “корпоративна соціальна відповідальність” (КСВ) утверджується як невід’ємний елемент корпоративного управління та спосіб ведення підприємницької діяльності. У ділових колах зростає розуміння відповідальності підприємства за вплив його діяльності на суспільство і навколишнє середовище; необхідності ведення такої політики, яка б, за визначенням, сформульованим у Керівництві із соціальної відповідальності ISO 26000, “сприяла сталому розвитку, здоров’ю та добробуту суспільства, враховувала очікування зацікавлених сторін, не суперечила законодавству та міжнародним нормам поведінки” [11].

КСВ розглядається як система послідовних соціальних та екологічних заходів компанії, які підтримує вище керівництво і які реалізуються на основі постійної взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) та спрямовані на зниження нефінансових ризиків, довгострокове поліпшення іміджу і ділової репутації компанії, а також на зростання капіталізації та конкурентоспроможності, що забезпечують прибутковість і сталий розвиток підприємства.

З цього визначення, на наш погляд, випливають ключові характеристики КСВ:

- відображається у соціальних, екологічних, управлінських заходах. Отже, можна стверджувати, що КСВ поступово трансформується у систему ESG-показників;
- передбачає постійний діалог із зацікавленими сторонами, урахування потреб стейкхолдерів у своїй діяльності;
- спрямована на виявлення та зменшення нефінансових ризиків;
- пов’язана зі сталим розвитком підприємства.

Переважає більшість наукових праць, які стосуються КСВ, акцентують на перевагах, які вона забезпечує підприємству. Серед них – покращення репутації та стосунків із діловими партнерами, підвищення лояльності персоналу, простіше залучення інвестицій і полегшений вихід на міжнародні ринки, зменшення нефінансових ризиків, покращення взаємодії з органами державної влади.

Аналіз практики багатьох підприємств, які активні у КСВ-сфері, доводить це твердження. Наприклад, компанія UBER провела експеримент, у межах якого створила дві компанії: у стратегії однієї була соціальна складова, в іншій – ні. Компанія із соціальною відповідальністю отримала більший прибуток, хоч обидві виконували однакові функції. Виявилось, що такі компанії залучають продуктивніших працівників, ніж ті, хто не має якоїсь соціальної місії. Отже, соціальна відповідальність або соціальне інвестування компанії здатні прямо впливати на максимізацію прибутку.

Однак дехто вважає, що витрати на КСВ не забезпечують підприємствам відчутних переваг. На думку О. М. Головінова, реалізовані підприємством соціальні заходи є з економічної позиції витратами, які необхідно компенсувати за рахунок прибутку підприємства, або, що імовірніше, за рахунок споживача, шляхом підвищення рівня цін на вироблену продукцію. Незважаючи на позитивний зарубіжний досвід розвинених країн, у країнах, що розвиваються, досі відсутнє економічне обґрунтування існування тісного взаємозв'язку між проведеними бізнесом соціальними заходами і поліпшенням фінансових результатів. Далі науковець робить висновок: “зважаючи на те, що соціально відповідальна діяльність будь-якої компанії пов'язана з високими витратами, доступна вона в даний час виключно великим компаніям. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу українськими компаніями утруднений через прагнення до короткострокових фінансових результатів. Це призводить до нехтування не тільки довгострокового розвитку, але і до прагнення перекласти на споживачів зовнішні ефекти більш витратного та екологічно шкідливого виробництва” [12, с. 191]. Однак автор швидше акцентує на українських реаліях загалом, не заперечуючи позитивного впливу КСВ на роботу підприємств.

Підтвердженням позитивного впливу КСВ на фінансові показники компанії є той факт, що International Finance Corporation опитала 656 своїх клієнтів і дійшла висновку, що компанії з позитивними соціально-екологічними практиками перевершили інших клієнтів на 210 базових балів за дохідністю капіталу (ROE). А компанії з належним корпоративним управлінням демонструють у середньому втричі вищий ROE, ніж інші. Це свідчить про те, що ці компанії надійні, мають виважену політику, місію та візію, можуть усвідомлено моніторити власні ризики та чітко розуміють, куди і як рухатися [13].

У зв'язку зі зростанням кількості соціально відповідальних підприємств як у світі, так і в Україні виникає необхідність оцінювання рівня упровадження та ефективності КСВ. У науковій літературі оцінювання КСВ розглядають по-різному, за різними методологічними підходами.

Серед українських науковців, які досліджують проблему оцінювання КСВ, можна простежити два підходи: одні автори пишуть про оцінювання КСВ загалом (В. А. Євтушенко, О. О. Затеїщикова та ін.), інші зосереджуються на оцінюванні ефективності КСВ (О. А. Буян, Н. А. Кусик, А. В. Ковалевська, С. В. Філіппова, М. І. Сухотеріна, Т. Б. Хлевицька). Вважаємо, що ці два підходи не тотожні. Оцінювання КСВ передбачає дослідження спектра КСВ-практик (КСВ-активностей) компаній, способів їх реагування на актуальні соціальні потреби, тоді як оцінювання ефективності КСВ потребує використання чіткої методології, методики визначення показників, за якими можна дати оцінку впливу КСВ-заходів на фінансово-економічні показники підприємства з позиції витрати/вигоди.

Для правильного вибору методу та інструментарію оцінювання необхідно врахувати такі фактори: розуміння самої сутності КСВ суб'єктами оцінювання та її різнонаправленості, визначення цілей та об'єктів оцінювання, урахування галузевої та іншої специфіки діяльності об'єкта, знання правових аспектів господарювання, законодавчої бази та міжнародних угод тощо.

Найдоступнішим є метод оцінювання КСВ за вебсайтами та нефінансовою звітністю компанії. Нефінансова звітність – це звіти компаній, у яких відображені нефінансові показники, а саме показники із КСВ, або ESG-показники (екологічні, соціальні та управлінські). Часто ці звіти називають звітами зі сталого розвитку, або звітами із корпоративної соціальної відповідальності. Нефінансова звітність публічна і розглядається як інструмент інформування різних груп впливу (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, місцевої громади, широкої громадськості, уряду, міжнародної спільноти і суспільства) про те, як і якими темпами підприємство реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності. На думку І. О. Ахновської, доцільно запровадити обов'язкове подання нефінансової звітності суб'єктами господарювання [14, с. 42]. Безперечно, нефінансова звітність є

інструментом упровадження КСВ. Фінансове звітування має застосовуватись у взаємозв'язку із системою управління соціальною відповідальністю компанії.

Загалом нефінансова, або соціальна, звітність підприємства може бути подана у таких формах: звіт про КСВ-діяльність; звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP – Communication on Progress); звіт зі сталого розвитку (готується за вимогами GRI); звіт за стандартом AA1000 (Account Ability); звіт за стандартом SA 8000; звіт за стандартом ISO 26000.

За даними дослідження KPMG Survey of Sustainability Reporting, у 2020 р. кількість опублікованих звітів у світі зростає в 1,5 разу порівняно з 2019 р. Тож прогнозують, що кількість компаній, які подаватимуть нефінансову звітність, збільшиться.

Одним із найпоширеніших форматів нефінансової звітності є звіти зі сталого розвитку, підготовані за системою Глобальної ініціативи зі звітування (GRI). Сьогодні GRI де-факто став стандартом у визначенні рамкових умов підготовки та показників нефінансової звітності. Оскільки сьогодні КСВ трансформується у ESG (environmental, social, governance – екологічна, соціальна та управлінська сталість), то у звітності наводять інформацію щодо екологічних, соціальних і управлінських практик.

Узагальнено зміст ESG-чинників, інформацію про які розкривають у нефінансових звітах, відображено на рис. 1.



Рис. 1. Зміст ESG-чинників компанії

Джерело: узагальнили автори.

Розглянемо складнощі дослідження ESG у контексті оцінювання КСВ.

1. Дані ESG – це нефінансово-економічні показники, які формально обчислюють, оцінюють, порівнюють, коригують. Більшість ESG-показників за суттю якісні й не виражаються у кількісних грошових вимірниках. Особливо складно визначити ефективність таких заходів, рентабельність витрат на соціальні й екологічні активності.

2. Ефект від ESG відчутний не одразу, а через певний проміжок часу. ESG позитивно впливають на такі інтегральні показники, як конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, вартість компанії та її бренда. Вони формуються не одномоментно, а впродовж тривалого часу.

3. Ризик необ'єктивної інформації під час оцінювання ESG. Дані щодо ESG компанії надають самостійно. Впродовж тривалого періоду ці дані не перевіряли, а універсальні правила і стандарти у сфері ESG-оцінки були відсутні. ISO (*International Organization for Standardization*) зробила спробу вирішити проблему суб'єктивності ESG-даних, розробивши стандарти для багатьох сфер. Прийнятий в 2010 р. міжнародний стандарт ISO 26000 розкриває сутність соціальної відповідальності, надає бізнесу рекомендації стосовно практик і принципів КСВ.

Серед українських компаній, які вже опублікували свої нефінансові звіти, можна назвати такі як: “Метінвест”, 1+1, BNP Paribas Group, “Фармак”, “Континентал Фармерз Груп”, “Енергоатом”, ПУМБ, ГК “Фокстрот”, BDO, “Нова пошта”, ДТЕК, МХП.

Другою групою методів оцінювання КСВ є розрахунок кількісних і якісних показників. Вичерпного й визначеного переліку таких індикаторів не існує, враховуючи багатоплановість КСВ, відповідно, різні науковці пропонують ті чи інші показники для її оцінювання. У табл. 1 наведено показники КСВ компанії з погляду різних зацікавлених сторін.

Таблиця 1

**Система індикаторів для оцінки вигоди від реалізації КСВ-активностей**

Група показників	Показники	Коментар
1	2	3
Кількісні та якісні показники ефективності витрат підприємства на заходи КСВ	Окупність витрат на КСВ = Витрати на КСВ/Частка приросту капіталу, який відбувся внаслідок цих витрат; $IL$ = Витрати на КСВ у розрахунку на одного працівника; $IS$ = Відношення витрат на КСВ до валового обсягу продажів, %; $IP$ = Відношення витрат на КСВ до обсягу прибутку (до оподаткування), %	Перший показник – кількісний, решта – якісні; стосуються внутрішнього середовища
З позицій інвесторів	Корелювання вартості акцій і витрат на КСВ-активності; зменшення нефінансових ризиків	Експертна оцінка
З позицій кредиторів (банків)	Корелювання вартості залучених позикових ресурсів і витрат на КСВ-активності	
З позиції маркетингової політики	Ефективність витрат на соціальні програми порівняно з ефективністю витрат на маркетингові заходи; кількість публікацій у ЗМІ (позитивних, негативних, нейтральних)	Моніторинг маркетологів компанії
З позиції споживачів (клієнтів)	Корелювання збільшення продажів і витрат на КСВ-активності; впізнаваність бренда; інтерес до продукції; мотивація вибору покупців	Експертна оцінка; соціологічні опитування
З позиції іміджу компанії	Покращення репутації; відданість торговій марці	
З позиції працівників	Витрати на навчання і розвиток персоналу; зменшення плинності кадрів, %; зниження виробничого травматизму, %; частка працівників, які мають поліс медичного страхування; порівняння розміру заробітної плати із середньою у галузі чи у регіоні	Розрахунок і аналіз показників; опитування персоналу

1	2	3
З позиції місцевих громад	Участь у підтримці інфраструктури; залучення до вирішення місцевих проблем; державно-приватне партнерство з місцевими органами влади; введення у програми стратегічного розвитку територій	Партнерські стосунки з місцевими органами влади
З позицій відносин із постачальниками	Тривалість ділових зв'язків із партнерами; відсутність судових позовів від партнерів	Економія коштів у сфері постачання
З позиції громадянського суспільства	Розмір коштів, спрямовуваних на благодійну діяльність (підтримка соціально незахищених верств населення, витрати на реалізацію екологічних програм тощо)	Почуття виконаного морального обов'язку перед суспільством

*Джерело: розробка авторів.*

Перевага методів визначення кількісних і якісних показників у тому, що їх можуть використовувати всі підприємства, незалежно від розмірів і масштабів діяльності. Водночас формування нефінансової звітності, визначення індексів і місця у міжнародних рейтингах – це прерогатива великих компаній, зокрема ТНК. Проблема використання цієї групи методів є відсутність уніфікованої методики визначення більшості показників, а також їх переліку.

Крім методик оцінювання КСВ на підставі кількісних і якісних індикаторів, великого поширення набули індекси і фондові інструменти. Такі інструменти можна поділити на дві групи: фондові й нефондові індекси КСВ. Фондові індекси враховують ESG (Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4 Good Index, KLD, EIRIS та ін.). Нефондові індекси застосовують переважно для порівняльного аналізу на основі соціальних аспектів діяльності компанії (Corporate Philanthropy Index (CPI), Social Index (SI) та ін.).

У світі налічується близько 200 рейтингів та індексів корпоративного управління і стійкого розвитку, які різняться як за тематичним охопленням, так і за складом показників і критеріїв. Щодо рейтингів ESG, то багато із них розробляють за різними методологіями, серед них не лише рейтинги стійкості компаній, а й ESG-рейтинги країн і регіонів.

Один із ключових розробників рейтингів у сфері ESG – міжнародне агентство Sustainalytics, яке є всесвітньо визнаним постачальником результатів досліджень, рейтингів та даних у сфері ESG. Глобальний рейтинг ESG агентства Sustainalytics охоплює понад 12 000 компаній і враховує більшість глобальних показників. Побудований на прозорій методології, рейтинг ESG компанії Sustainalytics дає можливість інвесторам на основі чіткого й послідовного підходу фінансово оцінити матеріальні, екологічні, соціальні й управлінські (ESG) дані й питання, що впливають на довгострокову ефективність їхніх капіталовкладень на безпековому та портфельному рівнях.

Першим глобальним рейтингом, оснований на аналізі ESG-даних, був індекс стійкості DowJones, який запровадила в 1999 р. компанія S&P DJI. DJSI охоплює індекси для Європи, ЄС, скандинавських країн, Північної Америки, США, країн АСЕАН і Кореї. Рейтинг загальнодоступний, його оновлюють щорічно, публікують на вебсайті RobecoSAM.

Для складання рейтингу DowJones аналізують звіти про діяльність 2500 найбільших компаній із 61 сектору бізнесу. Компаніям надсилають спеціальний галузевий опитувальник із 80–120 питань, які стосуються економічних, екологічних та соціальних факторів розвитку компанії. Питання охоплюють аспекти діяльності компанії, кодекси ділової поведінки, взаємовідносини із клієнтами, інформаційну безпеку, податкову стратегію, екологічну політику тощо.

Недоліком використання Індексу DJSI (The Dow Jones Sustainability Index) для оцінювання КСВ компанії можна вважати те, що він орієнтується на порівняння із “кращими компаніями”, надаючи лише підсумкові рейтингові дані. Він обмежує можливість самооцінки компаній, аналізу внутрішніх ефектів, спирається на фіксовані показники без ранжування їх за значущістю, тобто не враховує ефективності реалізації КСВ заходів.

Bloomberg щорічно оцінює понад 10 000 компаній в усьому світі, збираючи інформацію ESG, яка характеризує компанію через перевірені та стандартизовані дані із відкритих джерел (річну звітність, звіти про сталий розвиток, вебсайти тощо) та через прямі контакти з компанією. Рейтинги Bloomberg ESG охоплюють 120 екологічних, соціальних і управлінських показників.

Компанія Corporate Knights, розміщена в Торонто, кожного року в січні публікує щорічний індекс 100 найстійкіших глобальних корпорацій у світі (Global 100 Most Sustainable Corporations in the World) у журналі Corporate Knights magazine. Рейтинг ґрунтується на інформації, що підлягає публічному розкриттю. Формуючи рейтинг, до уваги беруть найбільші компанії, що працюють в усьому світі, аналізують 14 ключових показників ефективності, що відображають управління ресурсами, персоналом і фінансами, причому показники ефективності враховують галузеву належність компанії.

Рейтинг FTSE4Good Developed Index – це один із провідних світових рейтингів соціально відповідального інвестування (SRI), створений FTSE Russell. Серія FTSE4Good Index – це сукупність соціально відповідальних індексів, або фондових індексів ESG, якими управляє Financial Times Stock Exchange-Russell Group (FTSE). Мета цих показників – висвітлення діяльності компаній із високими показниками у сфері КСВ. Для того, щоб увійти до серії FTSE4Good Index, компанії повинні мати високі показники у сфері екологічних, соціальних та управлінських практик (ESG). На практиці це вимагає від компаній жорсткої політики у таких напрямках, як дотримання прав людини, внутрішні трудові відносини та безпека на робочих місцях, відсутність реальної чи передбачуваної корупції та екологічна стійкість ланцюгів поставок компанії. Щоб визначити, чи підтримуються ці стандарти, незалежний комітет експертів, консультуючись із неурядовими організаціями, науковцями, державними органами та інвесторами, спільно розробляє та оновлює стандарти ESG.

У PwC звертають увагу на те, що потрапляння компанії в спеціальні фондові індекси збільшує попит на її акції. За оцінкою британської аудиторсько-консалтингової компанії EY, 97 % інвесторів сьогодні орієнтуються на індекс ESG, приймаючи інвестиційні рішення. Серед інвесторів існує популярна думка: “Що можна виміряти, тим можна управляти” (What gets measured, gets managed). З огляду на це обсяг залучених інвестицій за позитивної оцінки інвесторів ESG компанії можна вважати одним із критеріїв ефективності її КСВ.

Український корпоративний сектор усе більше залучається у складну систему взаємовідносин із різними суб’єктами соціального середовища. Компанії стають суб’єктами відносин (здійснюючи вплив на населення території присутності, на навколишнє середовище, економічне становище регіону тощо), а також об’єктами впливу із боку державних органів, громадських організацій. Багато українських компаній сьогодні стають підписантами Глобального договору ООН. Це також свідчить про те, що підприємства свідомі та беруть на себе відповідальність за свою діяльність та її вплив на навколишній світ.

Наприклад, Агрохолдинг “Астарта-Київ” із 32,6 балами посів третє місце серед 89 аграрних компаній і 179-те місце – серед 532 компаній харчової промисловості у рейтингу ризиків у сфері екології, соціальної політики та корпоративного управління (ESG), який склало агентство Sustainalytics за результатами 2020 р. Як правило, українські компанії впроваджують успішні КСВ-практики за такими напрямками: трудові відносини, екологічна відповідальність, відносини зі споживачами, розвиток регіонів та антикорупційні практики [15]. Основними сферами діяльності компаній, що беруть активну участь у розвитку КСВ, за даними Pro Bono Club Ukraine є виробнича, ІТ-технології, ритейл та консалтинг [16].

Зазначимо, що у 2008 р. в Україні створено Центр “Розвиток КСВ”, мета якого – упровадження КСВ-ініціатив у діяльність суб’єктів господарювання [17]. Зокрема, за його ініціативою сформовано звіт “Розвиток КСВ в Україні 2010–2018”, в основу якого покладено дослідження діяльності 400 компаній [18]. Центр “Розвиток КСВ” став також організатором щорічного конкурсу кейсів, орієнтованих на упровадження КСВ-ініціатив у практику господарювання [19].

В одному із випусків журналу “Влада грошей” у липні 2020 р. наведено рейтинг Топ-25 компаній, що реалізують в Україні найкращі програми КСВ, в алфавітній послідовності, без ранжування за номерами: Avon, BASF, Carlsberg Ukraine, L’oreal, Mary Kay, “PepsiCo Україна”, “АГРО РЕГІОН”, Альфа-Банк, “Біосфера”, “Інтерпайп”, “Київстар”, “Кока-Кола Беверіджиз Україна”, Креді Агріколь Банк, “Метінвест”, “МЕТРО Кеш енд Кері Україна”, МХП, “Нова пошта”, ОККО, ПУМБ, Rozetka, “Смарт-Холдинг”, Укргазбанк, “Фармак”, МакДональдз та Фундація “Будинок Рональда МакДональда”, “Ельдорадо” [20].

Ознайомлення з рейтингом показує, що в нього входять різноманітні підприємства, як за розміром чи формою організації, так і за видом діяльності. На підставі цього рейтингу можна виокремити основні показники, завдяки яким оцінено рівень розвитку КСВ підприємства, а саме:

- 1) фінансування заходів КСВ;
- 2) наявність менеджера з КСВ;
- 3) наявність стратегії упровадження КСВ;
- 4) наявність Кодексу КСВ (можливі різні назви);
- 5) наявність періодичної соціальної звітності;
- 6) наявність затверджених програм з охорони довкілля чи підтримки суспільства;
- 7) частота здійснення соціальних заходів.

Аналіз підприємств за цими критеріями наведено у табл. 2 (“+” означає, що підприємство повинно вести або вже веде цю діяльність, “–” означає, що це підприємству не притаманно).

Таблиця 2

**Оцінювання рівня КСВ підприємств**

Назва підприємства	Фінансування заходів КСВ	Наявність менеджера з КСВ	Наявність стратегії впровадження КСВ	Наявність Кодексу КСВ	Наявність періодичної соціальної звітності	Наявність затверджених програм	Частота здійснення соціальних заходів
Avon	+	–	+	+	+	+	+
Carlsberg Ukraine	–	+	+	+	+	+	+
PepsiCo	+	+	+	+	+	–	+
“Київстар”	–	+	+	+	+	+	+
“Кока-Кола”	+	+	+	+	+	+	+
“Метінвест”	+	–	+	–	+	–	+
МЕТРО	–	–	+	+	–	+	+
МХП	+	+	+	+	+	+	+
“Нова пошта”	+	–	+	+	+	+	+
“МакДональдз”	+	+	+	+	+	+	+

Джерело: [20].



Як бачимо, більшість організацій мають всі програми КСВ, розроблені стратегії, кодекси і беруть активну участь у здійсненні соціальних заходів. Ліквідація прогалин, наприклад введення посади менеджера з КСВ, – це питання часу.

### Висновки

Сьогодні КСВ стала невід’ємною частиною діяльності бізнес-структур. У розвинених країнах численні дослідження довели позитивний вплив КСВ-активностей на діяльність компаній та їхні фінансові показники, натомість у країнах, що розвиваються, такі висновки ще потребують обґрунтування. Оскільки для реалізації КСВ потрібні фінансові витрати, тривають активні напрацювання методологічних підходів до оцінювання її ефективності. Ґрунтовна оцінка КСВ забезпечується використанням комбінації якісних та кількісних показників, однак їх стандартизованого переліку не сформовано, оскільки перелік таких показників необхідно підбирати для кожної компанії індивідуально, залежно від сфери її діяльності, впливу на довкілля, кола стейкхолдерів та інших факторів. Кроком до формалізації оцінювання КСВ є аналіз її за трьома складовими – екологічними, соціальними та управлінськими практиками, що, по суті, означає перехід до ESG-критеріїв. Саме стосовно ESG-показників компанії подають свою нефінансову звітність, визначення індексів та рейтингів також все більше орієнтується на ESG-показники компаній. Трансформація КСВ у ESG дає можливість налагодити зв’язок між соціально відповідальними компаніями та фінансовим ринком, оскільки інвестори все більшу увагу звертають на ESG як чинник зменшення нефінансових ризиків. Українські компанії все активніше реалізують на практиці концепцію КСВ, однак вироблення загальноприйнятої методики оцінювання КСВ та її ефективності сприяло б активізації цього процесу.

### Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення системи показників комплексного оцінювання рівня соціальної відповідальності підприємств, визначення показників економічної, екологічної та соціальної ефективності.

1. Буян О. А. (2012). Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія “Економіка”*, Вип. 6 (2), С. 159–165.
2. Євтушенко В. А. (2013). Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об’єкти, показники. *Вісник НТУ “ХПІ”*, Вип. 46 (1019), С. 53–64.
3. Затейщикова О. О. (2014). Аналіз підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник соціально-економічних досліджень*, Вип. 2, С. 189–194.
4. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. (2012). Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. *Проблеми економіки*, № 3, С. 137–141.
5. Хлевицька Т. Б. (2014). Методичний підхід до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємства на інтегративній платформі. *Стратегія економічного розвитку України*, № 34, С. 135–141.
6. Філіппова С. В., Сухотеріна М. І. (2015). Порівняльна характеристика методик оцінки ефективності системи корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства. *Бізнес-Інформ*, № 3, С. 284–287.
7. Jankalova M. (2016). Approaches to the Evaluation of Corporate Social. *Procedia Economics and Finance*, № 39, pp. 580–587.
8. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman. Available at: <http://www.uiowapress.org/books/2013-fall/social-responsibilities-businessman.htm>.
9. Котлер Ф. (2005). Корпоративная социальная ответственность: Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества. Київ: Стандарт. 302 с.
10. Valiente J., Manuel C., Figueras S. (2012). Social responsibility practices and evaluation of corporate social. *Journal of Cleaner Production*, No. 35, pp. 25–38.

11. ISO 26000 Social Responsibility. Available at: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.
12. Головінов О. М. (2014). Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми. *Економічний вісник Донбасу*, № 2 (36), С. 190.
13. Соколенко А. Екологічна, соціальна, управлінська сталість, або Для чого компаніям та інвесторам ESG-критерії. Available at: <https://business.ua/uk/ekologichna-sotsialna-upravlinska-stalist-abo-dlya-chogo-kompaniyam-ta-investoram-esg-kriteriji>.
14. Ахновська І. О., Лепіхова О. Ю. (2016). Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Економіка і організація управління*, № 1 (21), С. 36–44.
15. Бобко Л. О., Мазяр А. В. (2019). Проблеми корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Ефективна економіка*, № 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043>.
16. Перший каталог КСВ-ініціатив. Available at: [https://probono.org.ua/csr\\_research](https://probono.org.ua/csr_research).
17. Про центр. Центр “Розвиток КСВ”. Available at: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/>.
18. Розвиток КСВ в Україні 2010-2018. Available at: [http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR\\_2017\\_research-1.pdf](http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf)
19. Центр “Розвиток КСВ” нагородив кращі кейси з корпоративної відповідальності. Available at: <http://sdg.org.ua/ua/novyny/329-2018-04-27-16-09-45>.
20. Топ-25 найкращих програм КСВ. Available at: [https://www.dsnews.ua/ukr/vlast\\_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543](https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543)

1. Buyan O. A. (2012). Approaches to assessing the effectiveness of corporate social responsibility of enterprises in Ukraine [Pidkhody do otsinky efektyvnosti korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryyemstv v Ukraini]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya “Ekonomika”*, Vyp. 6 (2). pp. 159–165 (in Ukrainian).

2. Yevtushenko V. A. (2013). Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, indicators [Otsinka korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti: metody, ob'yekty, pokaznyky]. *Visnyk NTU “KHPI”*, Vyp. 46 (1019), pp. 53–64 (in Ukrainian).

3. Zatyeyshchykova O. O. (2014). Analysis of approaches to assessing corporate social responsibility [Analiz pidkhodiv do otsinky sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu]. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*, Vyp. 2, pp. 189–194 (in Ukrainian).

4. Kusik N. L., Kovalevskaya A. V. (2012). Methodical approach to assessing the effectiveness of socially responsible activities of the enterprise [Metodychnyy pidkhid do provedennya otsinky efektyvnosti sotsial'no vidpovidal'noyi diyal'nosti pidpryyemstva]. *Problemy ekonomiky*, No. 3, pp. 137–141 (in Ukrainian).

5. Khlevyts'ka T. B. (2014). Methodical approach to assessing the effectiveness of corporate social responsibility of the enterprise on an integrative platform [Metodychnyy pidkhid do otsinky efektyvnosti korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryyemstva na intehrativni platformi]. *Stratehiya ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, No. 34, pp. 135–141 (in Ukrainian).

6. Filyppova S. V., Sukhoterina M. I. (2015). Comparative characteristics of methods for assessing the effectiveness of the system of corporate social responsibility of the machine-building enterprise [Porivnyal'na kharakterystyka metodyk otsinky efektyvnosti systemy korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti mashynobudivnoho pidpryyemstva]. *Biznes-Inform*, No. 3, pp. 284–287 (in Ukrainian).

7. Jankalova M. (2016). Approaches to the Evaluation of Corporate Social Responsibility. *Procedia Economics and Finance*, No. 39, pp. 580–587.

8. Bowen H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Retrieved from: <http://www.uiowapress.org/books/2013-fall/social-responsibilities-businessman.htm>.

9. Kotler F. (2005). *Corporate social responsibility: How to do as much good as possible for your company and society* [Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist': Kak sdelat' kak mozhno bol'she dobra dlya vashey kompanyy u obshchestva]. Kyiv, Standart. 302 p. (in Russian).

10. Valiente J., Manuel C., Figueras S. (2012). Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance. *Journal of Cleaner Production*, No. 35, pp. 25–38.

11. ISO 26000 Social Responsibility. Retrieved from: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>.

12. Holovinov O. M. (2014). Social responsibility of business: Ukrainian realities and problems [Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu: ukrayins'ki realiyi i problemy]. *Ekonomichnyy visnyk Donbasu*, No. 2 (36), pp. 190 (in Ukrainian).

13. Sokolenko A. Environmental, social, managerial sustainability, or Why companies and investors ESG-criteria [Ekolohichna, sotsial'na, upravlins'ka stalist', abo Dlya choho kompaniyam ta investoram ESG-kryteriyi]. Retrieved from: <https://business.ua/uk/ekologichna-sotsialna-upravlinska-stalist-abo-dlya-chogo-kompaniyam-ta-investoram-esg-kriteriji> (in Ukrainian).
14. Akhnovska I. O., Lepikhova O. Yu. (2016). Mechanism for Corporate Social Responsibility Implementation at Ukrainian Enterprises [Mekhanizm vprovadzhennya korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti na pidpriumstvakh Ukrayiny]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, vol. 1 (21), pp. 36–44.
15. Bobko L. O. (2019). Problems of corporate social responsibility in Ukraine [Problemy korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti v Ukrayini]. *Efektivna ekonomika*, No. 5. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7043> (in Ukrainian).
16. The first catalog of CSR initiatives [Pershyy katalog KSV-initsiatyv]. Retrieved from: [https://probono.org.ua/csr\\_research](https://probono.org.ua/csr_research) (in Ukrainian).
17. About the center. Center “CSR Development” [Pro tsentr. Tsentr “Rozvytok KSV”]. Retrieved from: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d1%86%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%80/> (in Ukrainian).
18. CSR Development in Ukraine 2010–2018 [Rozvytok KSV v Ukrayini 2010–2018]. Retrieved from: [http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR\\_2017\\_research-1.pdf](http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_research-1.pdf). (in Ukrainian).
19. Center for CSR Development has awarded the best corporate responsibility cases [Tsentr “Rozvytok KSV” nahorodyv krashchi keysy z korporatyvnoyi vidpovidal'nosti]. Retrieved from: <http://sdg.org.ua/ua/novyny/329-2018-04-27-16-09-45>
20. Top 25 best CSR programs [Top-25 naykrashchykh prohram KSV]. Retrieved from: [https://www.dsnews.ua/ukr/vlast\\_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543](https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-luchshih-programm-kso-27072020-393543) (in Ukrainian).

**N. Stanasiuk<sup>1</sup>, I. Pasinovich<sup>2</sup>, A. Tomashevsk**  
Lviv Politechnic National University,  
Department of Management and International Business

## **MODERN APPROACHES TO ENTERPRISE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY EVALUATION**

© Stanasiuk N., Pasinovich I., Tomashevsk A., 2021

**Purpose.** Corporate social responsibility (CSR) is an important feature of modern business. It provides a certain level of voluntary response to social problems, compliance with moral requirements of society. Companies have already realized the benefits of a socially proactive position and are increasingly involved in solving social and environmental problems. This raises the issue of CSR evaluation from a cost/benefit standpoint. The aim of the article is to study the existing approaches to assessing the level of CSR and determine the scope of their use.

**Design/methodology/approach.** Abstract and logical method was used for generalization of theoretical and methodological provisions for the assessment of CSR. A systematic approach was used to form a system of ESG-indicators and to develop a system of indicators for assessing the benefits of implementing CSR activities. Economic and statistical methods were used for the assessment of CSR Ukrainian companies.

**Finding.** The article presents the key characteristics of CSR. The focus is on the positive impact of the implementation of CSR practices on the activities of companies. A critical analysis of the approaches of Ukrainian scientists to the assessment of CSR was made, which allows to distinguish the assessment of CSR in general and the effectiveness of CSR activities. The authors identified three methodological

approaches to the assessment of CSR. A general description of these approaches is given, their advantages and disadvantages are identified.

The authors note that there is no universal form of financial reporting, businesses have a choice of what form it is. The most common are sustainable development reports, which are formulated for GRI standards. More Ukrainian companies publish their social reports, thus declaring their commitment to CSR concepts.

It is proved that CSR is gradually transformed into a system of environmental, social and management parameters – ESG. The content of ESG-factors is determined and a system of indicators in the context of ecological, social and management spheres is formed. The system of indicators for assessing the benefits of implementing CSR activities is formed. A special place in the article is given to the international rankings of companies according to their ESG indicators. Based on the data of the catalog of social initiatives of companies, the general state of CSR in Ukraine is analyzed. It is established that the development of CSR in Ukraine is in line with European trends. The modern practice of social responsibility assessment is systematized.

**Practical implications.** The practical significance of the obtained results is to develop the theoretical and methodological basis for the assessment of CSR. The results of the study can be used by entrepreneurs and managers seeking to achieve long-term success in the global business environment.

**Originality/value.** The theoretical basis of CSR evaluation is developed by distinguishing three groups of methodological approaches, including analysis of non-financial reporting, calculation of quantitative and qualitative indicators, as well as index and rating methods. A system of indicators based on the maximum consideration of stakeholders' interests has been developed to assess the benefits of CSR activities.

**Key words:** corporate social responsibility; ESG-indicators; non-financial social reporting; ESG-ratings; evaluation.

**Paper type:** Research paper.



