

2. *Тихомиров В. М.* О некоторых проблемах математического образования. Труды Всероссийской конференции «Математика и общество. Математическое образование на рубеже веков», Дубна, сентябрь 2000. — М.: МЦНМО, 2000.

3. *Аванесов В.* Приоритетный национальный проект «Образование» как форма перехода к общественно-государственному управлению образовательной сферой. Адрес публикации: <http://viperson.ru/wind.php?ID=443355&soch=1>

4. *Герасименко П. В., Ходаковский В. А.* Результаты ЕГЭ и успеваемости по математике: цели, статистика, анализ, пути повышения успеваемости. Труды Международной научно-методической конференции «Проблемы математической и естественно-научной подготовки в инженерном образовании: исторический опыт, современные вызовы». — Санкт-Петербург, ПГУПС, 2010.

5. *Герасименко П. В.* О необходимости введения в вузе для студентов первого курса индивидуально ориентированной подготовки по элементарной математике «Образование, наука и экономика в вузах. Интеграция в международное образовательное пространство», г. Плоцк, Польша Plock, Poland, 2010.

6. *Герасименко П. В., Луценко М. М.* Основы элементарная математика в примерах и задачах: Учебное пособие. — Санкт-Петербург, ПГУПС, 2009.

7. *Герасименко П. В., Ходаковский В. А.* О подготовке бакалавров по направлению «Системный анализ и управление» в ПГУПС, Материалы 5 Международной конференции «Проблемы и перспективы развития транспортных систем в условиях реформирования железнодорожного транспорта». — К., 2011.

8. *Герасименко П. В.* О переходе на новые учебные планы и программы по уровневой подготовке экономистов в ПГУПС. Вісник економіки транспорту і промисловості. — Харків: УДАЗТ, 2011

Статтю подано до редакції 20.06.12

УДК 330.46 : 331.52

А. М. Гриненко, канд. екон. наук,
професор кафедри управління персоналом
та економіки праці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана», м. Київ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

АНОТАЦІЯ: У статті розглянуто проблему корпоративної соціальної відповідальності та можливі методологічні підходи до її вимірювання і оцінювання соціальної діяльності. При цьому з роблено спробу

сформулювати ознаки, оцінювання яких дасть можливість більш точно характеризувати рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності на різних рівнях її прояву і, перш за все, на рівні підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: соціальна відповідальність, соціальна звітність, соціальне інвестування, суспільні інститути, соціальний егоїзм, суспільне благо, власні інтереси, суспільні інтереси.

АННОТАЦИЯ: В статье рассмотрена проблема корпоративной социальной ответственности и возможные методологические подходы к ее измерению и оцениванию социальной деятельности. При этом делается попытка сформулировать признака, оценивание которых даст возможность более точно характеризовать уровень развития корпоративной социальной ответственности на разных уровнях её проявления и прежде всего на уровне предприятия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социальная ответственность, социальная отчетность, социальное инвестирование, общественные институты, социальный эгоизм, общественное благо, собственные интересы, общественные интересы.

ANNOTATION: In article is considered problem to corporative social responsibility and possible methodological approaches to its measurement and оцениванию social activity. Is it Herewith done attempt to formulate the sign, оценивание which, will enable more exactly characterize the level of the development to corporative social responsibility on miscellaneous level its manifestations and at a rate of enterprises first of all.

KEY WORDS: social responsibility, social reporting, social инвестирование, public institutes, social egoism, public good, own interests, public interests

Постановка проблеми. Започаткування та розвиток корпоративної соціальної відповідальності є досить актуальним у світовій практиці та в сьогоднішній трансформаційній економіці України. Першопричини цього новітнього явища слід пов'язувати, як зазначає відомий український економіст Колот А. М., з «переформатуванням» та появою нової ієрархії факторів виробництва, в основі яких є визнання людського фактора основним джерелом соціально-економічного розвитку [1, с. 3] У контексті переоцінки ролі та мети бізнесу слід розглядати і появу концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі — КСВ), яка завдання бізнесу виводить далеко за рамки вузькокорпоративного прагнення отримати прибуток. Сьгодні концепцію корпоративної соціальної відповідальності поширюють і намагаються інтегрувати у свою ділову активність, насамперед, усі великі вітчизняні підприємства, банки, корпорації. Тому **мета** статті полягає в

опрацюванні тих доробок, що зробили можливим висунення концепції корпоративної соціальної відповідальності, і на їх основі та методологічній базі узагальнити та сформулювати понятійні засади і ознаки, оцінювання яких, дасть можливість більш точно характеризувати рівень розвитку (КСВ) на різних рівнях її прояву. В дослідженні проаналізовано і оцінено різні методолого-методичні підходи до оцінювання якості соціальних інвестицій як основи забезпечення та реалізації соціальної діяльності корпорацій.

Аналіз останніх джерел чи публікацій. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності досить актуальний для світового бізнесу і особливо в останні роки активно впроваджується і в Україні, і насамперед у великі українські компанії, підприємства, банки, корпорації. Дослідженню КСВ присвячено немало робіт теоретичного і прикладного плану. Вагомий вклад у становлення, розвиток і дослідження особливостей соціально-відповідального підходу до ведення виробничої діяльності внесли зарубіжні та вітчизняні вчені, а саме: Т. Бредгард, П. Друкер, А. Керолл, Ф. Котлер, М. Мескон, Дж. Мун, Л. Ненсі, О. Грішнова, А. Колот, В. Нижник, О. Осінкіна, І. Петрова, Ю. Саєнко, О. Степанова, О. Філіпченко, П. Яницький. Однак, у науковій літературі не існує єдиної думки щодо базових складових концепції корпоративної соціальної відповідальності, їх ієрархічної підпорядкованості, впливу на конкурентні позиції підприємства на ринку та загальної оцінки ефективності соціальної діяльності КСВ. Звертаючись до теоретичних засад варто зазначити, що у багатьох розроблених теоріях концепція корпоративної соціальної відповідальності часто заміщувалася іншими визначеннями як то, — «соціальна відповідальність бізнесменів», «корпоративна соціальна діяльність», «корпоративна соціальна чуттєвість», «етика бізнесу», «корпоративне громадянство» тощо. Поряд з цим, ще не зовсім чітко і не достатньо для кількісного і якісного оцінювання розроблені самі методики оцінки соціальної діяльності КСВ. Тому в статті і робиться спроба щодо узагальнення і пошуку найбільш об'єктивних критеріїв та методів оцінки соціальної діяльності КСВ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна світова наука, що узагальнює історію цього явища починаючи з трактування Г. Боуэна (1953 р. [2]), визначає корпоративну соціальну відповідальність (КСО) як «добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальну, економічну й екологічну сфери, які безпосередньо пов'язані з основною діяльністю, проте які виходять за рамки визначеного законом мінімуму» [3]. Але при цьому

слід зазначити, що в сучасних умовах існує широка розбіжність поглядів і відсутність загальної логічної бази в трактуванні і розумінні КСВ. Відповідно до найбільш розповсюдженої класифікації теорій корпоративної соціальної відповідальності, своєрідним ядром якої служить концепція КСВ, висунута А. Кероллом, [4, с. 268—295], головним критерієм розподілу виступає рівень сприйняття власниками і керівниками ідеї соціальної відповідальності підприємства. При цьому виділяють три підходи до розуміння корпоративної соціальної відповідальності (рис. 1) [5, с. 33].



Рис. 1. Класифікація наукових підходів до розуміння корпоративної соціальної відповідальності

Як видно з рис. 1 в основі розуміння КСВ покладений корпоративний егоїзм, розумний егоїзм і корпоративний альтруїзм. Надзвичайно цікавим у контексті об'єднання існуючих теорій є підхід, висловлений А. Кероллом, що запропонував трактувати корпоративну соціальну відповідальність як своєрідну «піраміду», що складається з економічної, правової, етичної і дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством [4, с. 268—295].

У той же час, слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку суспільства дотримання економічної, правової, етичної та екологічної відповідальності і є невід'ємною умовою забезпечення життєздатності підприємств у будь-якій сфері, разом з тим в об'єднанні з дискреційною відповідальністю подібна діяльність дійсно може бути свідченням відповідального ставлення керівників і власників підприємств до потреб середовища, в якому вони функціонують.

Незважаючи на велику кількість визначень, можна виділити ряд загальних рис, властивих для більшості з них. Так, ключовим елементом поняття корпоративної соціальної відповідальності є

усвідомлений, добровільний характер соціально-відповідальної діяльності. Підприємство добровільно приймає на себе зобов'язання щодо реалізації заходів, спрямованих на поліпшення ситуації у сферах, що безпосередньо не пов'язані з його комерційною діяльністю. На цьому базується другий елемент у визначенні корпоративної соціальної відповідальності. Тобто, у даному випадку мова йде про діяльність, що перевищує визначені в законодавстві вимоги до роботи підприємства.

Поширення саме такого підходу до розуміння поняття корпоративної соціальної відповідальності викликало останнім часом багато суперечок, що базуються на тім, що сам термін «корпоративна соціальна відповідальність» є неточним, тому що відповідальність має на увазі зобов'язання, а мова в даному випадку йде не про обов'язкове дотримання законів, а про добровільне прагнення підприємств знайти баланс між збільшенням виробництва і суспільними й екологічними запитами. Щоб вирішити дану суперечливість терміну «корпоративна соціальна відповідальність», учені пропонують розрізнити три рівні в розумінні поняття «корпоративна соціальна відповідальність» — «соціальне зобов'язання», «соціальне реагування» і «соціальну чутливість» (рис. 2) [5, с. 35]. Як видно з рис. 2, на першому рівні соціальна відповідальність сприймається як соціальне зобов'язання. При цьому, основний акцент робиться на економічній і правовій відповідальності підприємства перед суспільством.

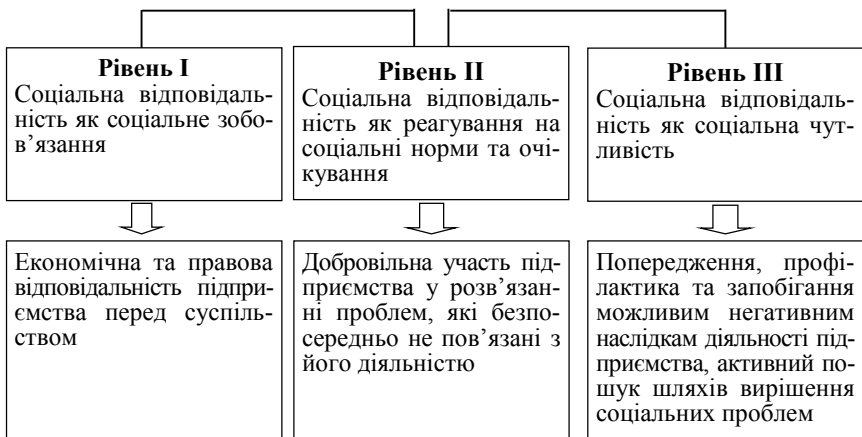


Рис. 1.3. Рівні формування корпоративної соціальної відповідальності

На другому рівні соціальна відповідальність визначається як реагування на соціальні норми і очікування. Основний акцент робиться на добровільній участі підприємства в рішенні екологічних проблем, рішенні соціальних проблем, що прямо не зв'язані з діяльністю даного підприємства. На цьому рівні діяльність підприємства поділяється на таку, що необхідно здійснювати відповідно вимогам закону і таку, що ініціюється добровільно.

На третьому рівні соціальна відповідальність визначається як соціальна чутливість. Основний акцент у діяльності підприємства робиться на попередженні, профілактиці і запобіганні можливим негативним наслідкам, активному пошуку шляхів вирішення соціальних проблем [5, с. 36].

Усе це і відбиває теоретико-методологічний аспект корпоративної соціальної відповідальності. Проте, для аналізу КСВ потрібно також зупинитись на методологічних і методичних підходах щодо оцінки впливу КСВ на показники соціальної діяльності підприємства. Аналіз літератури показує, що досить велика увага приділялася загальнотеоретичним питанням, таким як підходи і моделі, а також опис загальних вигод від дотримання принципів корпоративної соціальної відповідальності. Проте оцінка як економічного, так і соціального ефекту від упровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві є дуже складною проблемою.

Для оцінки ефективності реалізації соціальної відповідальності стратегії компанії у світовій практиці визначають показники, за якими може здійснюватися моніторинг і контроль соціальної діяльності компанії. Існує кілька основних груп показників: група показників соціальної відповідальності перед працівниками; група показників навколишнього середовища; група показників поведінки компанії на ринку; група показників залучення до життя громадськості [6, с. 25—26].

В Україні показники соціально відповідального бізнесу викладені в Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу, який учасники Форуму соціально відповідального бізнесу України прийняли 16 грудня 2005 року. Згідно цього документу започатковано такі групи показників, як: *відповідальність перед споживачами; відповідальність перед постачальниками; відповідальність перед персоналом; екологічна відповідальність і показники відповідального ставлення організації до суспільства* (див. табл. 1).

Таблиця 1

**ПОКАЗНИКИ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ, ВИКЛАДЕНІ
В МЕМОРАНДУМІ ПРО СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ**

Напря́м	Оці́нка
<i>Відповідальність перед споживачами, постачальниками, персоналом</i>	<p>Споживачі (характеристика обсягу продаж; географічний поділ за ринками).</p> <p>Постачальники (вартість усіх придбаних товарів, матеріалів і послуг; відсоток контрактів, за якими було виплачено кошти згідно з домовленостями, за винятком домовлених штрафних санкцій).</p> <p>Персонал (політика компанії у сфері оплати праці з поділом за територіально-адміністративними одиницями України та іншими країнами). Джерела капіталу (виплати джерелам капіталу з поділом на відсотки за зобов'язаннями та позиками, а також дивіденди за всіма видами акцій із зазначенням будь-якої заборгованості по дивідендах; збільшення/зменшення нерозподілених прибутків наприкінці періоду)</p>
<i>Екологічна відповідальність</i>	<p>Сировина, енергія, вода їх загальний об'єм використання.</p> <p>Викиди та відходи (загальна кількість викидів, пов'язаних з утворенням парникового ефекту, CO₂).</p> <p>Продукція та послуги і їх вплив на навколишнє середовище.</p> <p>Транспорт та його вплив на навколишнє середовище перевезень, пов'язаних із діяльністю організації).</p> <p>Витрати пов'язані з діяльністю в екологічній сфері.</p> <p>Екологічні права громадян (дотримання екологічних прав громадян)</p>
<i>Показники відповідального ставлення організації до суспільства</i>	<p>Організація праці (зайнятість, взаємовідносини працівників і менеджерів, охорона праці та виробнича безпека, навчання та освіта, рівні можливості, соціально відповідальна реструктуризація). Права людини.</p> <p>Суспільство (громади, розташовані на територіях, на які поширюється діяльність компанії, соціальне партнерство, запобігання хабарництву та корупції, конкуренція й ціноутворення, етика ведення бізнесу). Відповідальність за продукцію (здоров'я та безпека споживачів, продукція та послуги, реклама, повага до приватного життя)</p>

Ці групи показників відповідають 10 принципам Глобального договору ООН [7], відповідним документам Європейського Союзу, українському законодавству та розумінню соціальної відповідальності лідерами бізнесу в Україні. Але, на жаль, в Україні від-

сутні чіткі і зрозумілі критерії оцінки корпоративної соціальної відповідальності, уявлення про те, які етичні принципи сучасного бізнесу та економічні вигоди соціально відповідальної поведінки. Вивчення досвіду, накопиченого іноземними корпораціями та міжнародними інститутами в цій галузі, є корисними для розуміння сутності соціальної відповідальності, однак просте копіювання західних принципів і стандартів без урахування українських особливостей не може бути вирішенням проблеми. Все це вимагає уточнення формулювань, визначення принципів і критеріїв оцінок для формування методичних підходів до дослідження та аналізу проблеми.

Узагальнюючи зарубіжні і зокрема російські та українські методики оцінки ефективності КСВ, слід зазначити, що в їх основі покладені кількісні підходи до врахування наявності (або відсутності) позитивних параметрів у компанії-респондента тих чи інших показників у відповідних групах та визначення якісного інтегрального індексу *соціальних інвестицій* для *i*-ої компанії **ІК(i)**, який показує рівень комплексності соціальної діяльності компанії (одиниця виміру — відсотки). Якісний індекс соціальних інвестицій покликаний оцінити ступінь комплексності і повноти такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність. Проте комплексність цього індексу обмежується наявністю різних соціальних заходів, але не їх рівнем прояву.

У вітчизняній методиці використовуються три групи критеріїв якісної оцінки соціальних інвестицій, що базуються на 12 показниках, які найбільш адекватно характеризують нинішній етап розвитку компаній (табл. 2).

На основі сформульованих напрямків 3-ї групи формується критерій максимальної різноманітності соціальної політики підприємств, так як концентрація соціальних інвестицій на 1—2 напрямках веде до диспропорцій у розвитку всієї соціально-економічної системи.

Інформацію про наявність або відсутність кожного з 12-ти ознак узагальнює розкритий в методиці єдиний інтегральний показник — якісний індекс соціальних інвестицій (капіталовкладень) (ІК).

Якісний індекс соціальних інвестицій для *i*-ої компанії ІК (*i*) показує рівень комплексності соціальної діяльності компанії (одиниця виміру — відсотки) і розраховується наступним чином [8, с. 400]:

$$IK(i) = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\%, \quad (1)$$

де X_{ij} — булева змінна, що приймає значення 1, якщо j -та ознака присутня у i -ї компанії, і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня;

m — число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компаній. В ідеалі набір ознак повинен розроблений таким чином, щоб кожен з них був «наскрізним», тобто важливим для кожної компанії.

Таблиця 2

ТРИ ГРУПИ КРИТЕРІВ ЯКІСНОЇ ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ КОМПАНІЙ

Групи	Оціночні позиції
<i>1-ша група — інституційне оформлення соціальної політики. (враховує 3 позиції)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність спеціального документа, в якому закріплена соціальна політика компанії (нормативна централізація соціальної політики). 2. Наявність спеціального підрозділу, що відповідає за реалізацію соціальних програм компанії (організаційна централізація соціальної політики). 3. Наявність колективного договору (нормативна основа соціальної політики)
<i>2-га група — система обліку соціальних заходів (враховує 4 позиції)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність щорічних фінансових звітів відповідно до міжнародних стандартів (уніфікація і стандартизація фінансової інформації). 2. Впровадження міжнародних стандартів соціальної звітності. 3. Оцінка ефективності здійснюваних соціальних інвестицій (забезпечення зворотного зв'язку між інвестором і соціальними інвестиціями). 4. Приклади соціальних програм (інформування громадськості з метою передачі позитивного досвіду, самореклами та просування репутації та іміджу компанії)
<i>3-тя група — комплексність здійснюваних соціальних інвестицій (припускає облік за 5-ма напрямками витрат)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток персоналу компанії. 2. Охорона здоров'я та праці персоналу. 3. Природоохоронна діяльність та ресурсозбереження. 4. Підтримання добросовісної ділової практики. 5. Розвиток місцевого співтовариства

Всі три різновиди якісного індексу соціальних інвестицій пронормовані і можуть приймати значення від 0 до 100%. Чим більше значення індексу, тим цілісніша соціальна політика компаній. Порівняння індексів $IK(i)$ для різних компаній дозволяє визначити лідерів і аутсайдерів за показником комплексності організації процесу соціального інвестування. Порівняння індексів

для різних ознак дозволяє виявити відповідні «вузькі місця», тобто ті ознаки, які представляють для компаній найбільшу проблему.

Наведена методика має ряд недоліків і одним з них є той факт, що якісний індекс не відображає масштабу соціальної відповідальності, а також рівню їх прояву в соціальній діяльності корпорації. Необхідність обліку якісної складової процесу соціального інвестування обумовлюється тим, що маса коштів, що виділяються на соціальні програми, є лише однією з характеристик соціально відповідальної діяльності компанії. На практиці здійснення компанією великих обсягів соціальних інвестицій не завжди може мати бажаний соціальний ефект і відповідно очікувані вигоди компанії. Однак взаємодію суспільства і бізнесу можна поліпшити, застосовуючи тактику «виграш — виграш». При використанні такої тактики у вирішенні суперечностей інтересів, ресурси не будуть накопичуватися з виграшної сторони, а будуть перерозподілятися згідно виграшної спеціалізації, завдяки якій одна сторона буде користуватися виграшем іншої сторони. Проте пошук такого балансу на практиці потребує більш ґрунтовних теоретико-методологічних і методичних підходів та апробації їх в діяльності корпорацій.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, соціальна відповідальність є важливою проблемою, яка ще не достатньо вирішена не лише в Україні, а й у багатьох країнах світу проте вчені плідно працюють у цій сфері та намагаються знайти шляхи подолання даної проблеми. На сьогодні відкритими і дискусійними залишаються ще багато питань у КСВ, зокрема визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність», яке б враховувало основні напрями реалізації подібного підходу у діяльності підприємства та визначало цільові групи, щодо яких вони спрямовані.

Ще не зовсім чітко в теоретичному плані сформульовано чинники та критеріальні ознаки оцінювання соціальної діяльності соціально-відповідальних корпорацій як у кількісному, так і в якісному вимірі.

Потребують опрацювання питання забезпечення взаємодії суспільства і бізнесу в аспекті застосування тактики «виграш — виграш».

Усе це потребує більш ґрунтовних теоретико-методологічних і методичних підходів у дослідженнях та апробації їх на практиці в діяльності соціально-відповідальних корпорацій.

Литература

1. *Колот А. М.* Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит як сучасні інститути і технології соціального розвитку. — Україна: аспекти праці. — 2010. — № 3. — С. 3—9.
2. Электронный ресурс. — Режим доступа: <http://post.economics.harvard.edu>.
3. Интернет — энциклопедия — Электронный ресурс. — Режим доступа: www.ru.wikipedia.org
4. *Carroll A. B.* Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll.— *Business and Society*, 1999. — 38 (3): p. 495.
5. *Грицина Л. А.* Еволюція та формування концепції корпоративної соціальної відповідальності підприємства — Дніпропетровськ: Наука та освіта, 2007. — Т. 2. — 336 с.
6. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / Под общ. ред. д. э. н., проф. И. Ю. Беляевой, д. э. п., проф. М. А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2008. — 422 с.
7. Глобальный договор ООН (UN Global Compact, 2000) — Электронный ресурс. — Режим доступа: globalcompact.org.ua.
8. *Плотников Е.* / Журнал исследований социальной политики. — 2005. — Т. 3. — № 3. — С. 397—409.

Статтю подано до редакції 07.06.12

УДК 331.526

Т. М. Зоря, канд. екон. наук,
доцент. каф. управління персоналом
і економіки праці
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

АНОТАЦІЯ. Розглянуто особливості формування корпоративної соціальної відповідальності як невід'ємної складової розвитку бізнесу і підприємництва. Виявлено основні проблематичні моменти, форми реалізації та пріоритетні напрями розвитку цього процесу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, стратегія, розвиток, соціально активні підприємства, соціальні проекти, соціальна політика

АННОТАЦИЯ. Рассмотрено особенности корпоративной социальной ответственности как неотъемлемой части развития бизнеса и предпринимательства. Выявлены основные проблемные точки,