

В. А. ЄВТУШЕНКО, канд. екон. наук, доцент, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ОЦІНКА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ: МЕТОДИ, ОБ'ЄКТИ, ПОКАЗНИКИ

У статті досліджено теоретико-методологічні та практичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності. Проаналізовано методи, об'єкти та показники оцінки КСВ. Запропоновано методику вибору об'єктів для оцінки КСВ. Розроблено вимоги до формування системи показників оцінки КСВ.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, *соціальні* інвестиції, соціальна звітність, об'єкти КСВ, показники оцінки КСВ.

Актуальність теми. Подальший розвиток українського бізнесу на засадах корпоративної соціальної відповідальності вимагають пошуку нових методів прийняття управлінських рішень, одним з яких є створення адекватних методик комплексної оцінки економічного, соціального й екологічного впливу на суспільство.

У Глобальній ініціативі зі звітності відзначено: «... Компаніям важко представити наслідки своєї діяльності, тому існує потреба їх вимірювати на більш систематичній основі, та результати, яких вони досягають завдяки їх інвестиціям в громади... Існує потреба в використанні інструментів і методів, завдяки яким можна відслідковувати (моніторити) вплив протягом часу» [1, с. 417].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Створенню методик оцінки корпоративної соціальної відповідальності присвячено роботи вчених близького та далекого зарубіжжя (Дж. Вайс, Д. Віндзор, Т. Доналдсон, А. Керол, Р. Каплан, Д. Нортон). Серед російських авторів проблематику соціальних інвестицій, оцінки соціальної політики та КСВ досліджують: Т. Лепіхіна, Є. Мохова, Ю. Благов, С. Гончаров, Н. Кричевський, Д. Перекрестов, І. Поварич, В. Шабашев, В. Кашин, А. Нецадін, Г. Тульчинський.

Незважаючи на новітність для України концепції корпоративної соціальної відповідальності, вітчизняні науковці також опікуються розробкою методик оцінки КСВ, серед них: В. Воробей, І. Журовська, О. Буян, О. Березіна, Д. Баюра, О. Ворона, О. Черних, Л. Грицина.

Однак дослідження носять розрізнений несистемний характер, недостатньо вивченими залишаються питання ефективного впливу практик соціальної відповідальності на суспільство, потребують удосконалення методи та показники оцінки КСВ.

Метою статті є теоретичне дослідження методів, об'єктів та показників оцінки корпоративної соціальної відповідальності та надання методичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Результати дослідження. Аналіз наукових публікацій та світової практики оцінки корпоративної соціальної відповідальності показав, що існує декілька методологічних підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності: оцінювання відбувається за допомогою соціальної звітності, індексним і рейтинговим, якісними і кількісними методами.

Соціальна або нефінансова звітність – це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати фінансово-економічної діяльності (прибуток, дивіденди, інвестиції, компенсації співробітникам, репутація і т.і.), але і соціальні (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з корінними народами тощо) та екологічні (використовувана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем, техногенні аварії, відповідність/невідповідність екологічному законодавству і т.д.) показники [1-2]. Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних груп впливу компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, місцевої громади, широкої громадськості, уряду, міжнародної спільноти і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності [2].

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) з чотирьох загальноприйнятих [1-4]:

1. Звіт про КСВ-діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні та/або екологічні проекти компанії). Це – найбільш легкий нефінансовий звіт, який готується компанією. Він створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компанії і не проходить аудит.

2. Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (СОР – Communication on Progress). Звіт з прогресу (щодо виконання принципів Глобального Договору (ГД) ООН) – це одна з найпоширеніших та найлегших до впровадження форм нефінансової звітності, що не проходить аудит. Глобальний Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища,

охорона праці та антикорупційні заходи. Звіт з прогресу щорічно обов'язково готують тільки ті компанії, що є підписантами (членами) Глобального Договору ООН.

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

4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою

організацією. Стандарт перевірки звітності AA1000 націлений на сприяння організаційній звітності задля сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності.

За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6 %) або як частину загального звіту компанії (11,8 %) [1, с. 388]. За дослідженнями проекту UNITER лідерами в підготовці соціальних звітів в Україні є великі компанії та підприємства державної форми власності у сферах будівництва, зв'язку і послуг [1, с. 388].

Згідно із дослідженням, проведеним компанією KPMG (International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting, 2008), станом на 2008 рік вже близько 80 % найбільших 250 компаній світу (G250 зі списку Fortune Global 500 за 2007 рік) почали постійно публікувати нефінансові звіти [3, с. 30]. За даними CorporateRegister.com, найбільшої всесвітньої бази даних нефінансових звітів, у 2009 році в світі було оприлюднено понад 3500 соціальних звітів [3, с. 30].

Індексний метод оцінювання КСВ досить поширений в міжнародній практиці. В українських наукових джерелах [5, с. 163] найчастіше відзначаються: Індекс Domini Social Investment (DSI 400) (оцінюються соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств); Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index) (критеріями оцінки виступають економічна основа для розвитку підприємства, соціальна активність, екологічна діяльність); Індекс FTSE4Good (фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства), Індекс корпоративної добродійності (Corporate Philanthropy Index); Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group) (аналіз соціальної залученості підприємства).

У 2011-2012 рр Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» почав визначати Індекс прозорості та підзвітності (базується на методології компанії Beyond Business (Ізраїль) компаній України щодо впровадження технологій КСВ та інформування громадськості, в тому числі основних стейкхолдерів компанії, про політику і практики в сфері КСВ. Головна відмінна ознака даного Індексу в тому, що об'єктом оцінки є веб-сайт компанії і перевірити достовірність його результатів може будь-який користувач інтернету [6]. Веб-сайти компаній оцінюються за 4 основними критеріями: звітність (наявність нефінансового звіту, підготовленого за стандартом Глобальної ініціативи зі звітності, Глобального договору ООН або іншими стандартами, наявність звіту про екологічну та соціальну діяльність тощо) – 40% від загального результату; зміст (рівень розкриття інформації за основними сферами КСВ) – 35% від загального результату; навігація (зручність користування сайтом) – 10% від загальної інформації; доступність (мова, контактна інформація) – 15% від загального результату.

Вищенаведені індекси, як правило, є інструментом зовнішнього оцінювання КСВ, але підприємство може розробляти власні індекси. Цікава методика розрахунку внутрішнього індексу соціальної відповідальності компанії методами експертної оцінки та модифікованої матриці SPACE-аналізу запропонована російськими авторами Лепіхіною Т.П. та Моховою Є.Г. [7]. Для розрахунку індексу соціальних інвестицій працівникам підприємств було запропоновано оцінити соціальну політику, реалізовану менеджментом цих підприємств за наступними критеріями:

винагорода і мотивація, професійна підготовка і розвиток персоналу, охорона праці, реалізовані соціальні програми, додаткові стимули для персоналу, задоволеність морально-психологічним кліматом. У кожній групі критеріїв сформовано перелік кількісних або якісних показників: від розміру заробітної плати до розвитку волонтерства та медичного обслуговування, які оцінювалися за шкалою від 0 до 100. За принципом матриці SPACE показники були розподілені в 4 групи: фактори, що забезпечують стабільність (додаткові стимули для персоналу, психологічний клімат); фактори, що створюють безпечні умови праці (охорона праці); фактори, що забезпечують конкурентні переваги підприємства для працівників (підготовка та перепідготовка кадрів, соціальні програми); фактори, що забезпечують фінансову привабливість (винагорода і мотивація) [7, с.120]. Результати досліджень формувалися в бальній оцінці з урахуванням абсолютної помилки, відносної похибки, надійності та коефіцієнта Стюдента. Потім досліджуваним підприємствам було надано рекомендації щодо заходів по покращенню рівня соціальної відповідальності і підвищенню ефективності соціальної політики. Це доволі трудомістка методика, але досить ефективна для галузевого застосування.

Як правило, на базі розрахунку індексів створюються рейтинги підприємств за рівнем впровадження КСВ-практик. Наприклад, після визначення Індексу прозорості та підзвітності складається національний рейтинг найпрозоріших компаній України з різних галузей економіки (компанії обираються за списком Топ 100 («Інвестгазета») в цілому та рейтинги найбільш прозорих компаній в окремих секторах економіки. За результатами першого в Україні Індексу прозорості та підзвітності компаній-2011 першу десятку найбільш прозорих та відповідальних компаній України очолили «ДТЕК» – 80 % прозорості, «Метінвест» – 73%, «Оболонь» – 70 %, а середній показник прозорості лідерів українського бізнесу склав 65,5 % [6]. За результатами оцінки корпоративної соціальної відповідальності в рамках Індексу прозорості в 2012 році в Україні [8, с. 9] найбільш інформативним і прозорим визнаний сайт компанії Систем Кепітал Менеджмент (СКМ) (73% розкриття інформації). Друге місце - у компанії ДТЕК (66%), третє місце - Метінвест - 127 балів і (63%). Середній рівень відкритості компаній України склав 14%.

Починаючи з січня 2012 р. кожного місяця Центр «Розвиток КСВ» оцінював 10 найбільших компаній певного сектору за методологією Індексу прозорості [6]. Першим для оцінки було обрано сектор інформаційних технологій (ІТ), обсяг ринку якого у 2010 році, за даними «Інвестгазети», виріс більш, ніж на 50%. Середній показник прозорості серед найбільших ІТ-компаній України склав 10,4 %. У лютому 2012 року аналітики Центру «Розвиток КСВ» оцінили веб-сайти 20 найбільших фармацевтичних компаній України: середній показник прозорості – 15 % [6].

Існують і окремі українські рейтинги з КСВ. Так, з 2008 року в Україні широко відомий рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній, що проводить рейтингове агентство «ГВардія» ділового журналу «Контракти» [9]. Методика рейтингу «ГВардії» заснована на інтегральній оцінці компаній за чотирма основними показниками: соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством; рівень розкриття інформації про соціальне інвестування; управління у сфері КСВ та залучення стейкхолдерів; відкритість компаній в сфері благодійності та меценатства. За результатами оцінки 2011 року більше 41% компаній, представлених у рейтингу,

використовують у своєму арсеналі всі шість основних напрямів КСВ, які враховані в методиці рейтингу: розвиток персоналу, охорона праці та здоров'я, охорона навколишнього середовища та ресурсозбереження, підтримка добросовісної ділової практики й етичної поведінки, програми розвитку спільнот, благодійність і меценатство. П'ять напрямків практикують близько 18% компаній, чотири – 20,5%, від одного до трьох напрямків – понад 20% [9].

Менш відомим є рейтинг «брудних» і «зелених» компаній від ІА «ЛІГАБізнесІнформ», який складається вже більше десяти років [10]. За підсумками 2011 року серед 103 українських підприємств (що подали заявки) було визнано, що підприємства важкої промисловості останнім часом йдуть з рейтингів самих «брудних» компаній, а на зміну їм приходять «комунальники» і харчопром [10].

Рейтингові методики представлені і в наукових публікаціях. Товмою Н.А. запропоновано визначення рейтингу корпоративної соціальної відповідальності за допомогою рейтингового показника інтегральної ефективності соціальної програми, який враховує кількісні коефіцієнти (зростання заробітної плати, плинності кадрів, прийому молодих спеціалістів тощо) та загальний якісний показник КСВ, що складається з часткових якісних показників (колективний договір, соціальний звіт тощо) [11].

Березіна О. Ю. [12, с. 98-100] пропонує методику визначення рейтингу соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин на основі кількісної оцінки КСВ. Рейтинг соціальної відповідальності корпорації визначається послідовно 1) через розрахунок часткових соціально-трудова показників (їх 24), згрупованих за шістьма предметними областями: загальні показники (індекс соціальної відповідальності, індекс перспективного розвитку, співвідношення соціальних інвестицій та прибутку тощо); показники зайнятості (частка звільнених протягом досліджуваного періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників, коефіцієнт плинності кадрів тощо); оплати праці (співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників корпорації з середнім по галузі, частка витрат на оплату праці в собівартості продукції тощо); охорони праці (коефіцієнт виробничого травматизму, витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника корпорації тощо); навчання та охорони здоров'я працівників (витрати корпорації на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника, частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом корпорації в загальній чисельності працівників тощо), 2) складання рейтингу за предметними областями (6) і визначення інтегрованого рейтингового показника КСВ. Методика, на думку автора, дозволяє порівняти неспівставні (за одиницями виміру) часткові показники та визначити рейтинг соціальної відповідальності корпорації.

Більше різняться за методологічними підходами пропозиції науковців щодо оцінки за об'єктами корпоративної соціальної відповідальності. Як правило, виділяють такі напрями оцінювання: 1) соціальні інвестиції (та в їх межах соціальна політика), 2) ефективність/результативність КСВ, 3) КСВ-практики.

Найбільш відомою методикою оцінки соціальних інвестицій виявилася запропонована російськими авторами (Асоціація менеджерів Росії) [13, с. 47-48; 14,

с. 24-25; 15, с. 127-128]. Показники якісної оцінки соціальних інвестицій пропонується згрупувати за 3 критеріями та 12 елементами (див. табл.).

Крім якісних показників рекомендовані і кількісні індекси [9, с. 47-48]: індекс питомих соціальних інвестицій, що характеризує суму соціальних інвестицій в розрахунку на одного робітника, частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продажів тощо.

Ворона О. В. [15] пропонує оцінку інвестицій у функціонування системи соціальної відповідальності залізничного транспорту проводити за показниками з трьох груп критеріїв: 1) вирішення проблем суспільства (витрати на охорону навколишнього середовища, витрати на підтримку закладів освіти, витрати на благодійну допомогу тощо); 2) вирішення соціальних проблем (витрати на охорону та безпеку праці, витрати на житлові програми, витрати на навчання та перекваліфікацію персоналу тощо); 3) вирішення проблем та задоволення потреб інших зацікавлених сторін (витрати на маркетингові дослідження, витрати на програми оновлення та модернізації основних фондів, витрати на розвиток логістичної інфраструктури тощо).

Російські автори монографії «Корпоративна соціальна відповідальність: питання теорії і практики» Д.Г. Перекрестов, І.П. Поварич, В.А. Шабашев [16] рекомендують розглядати соціальне інвестування в двох взаємопов'язаних аспектах: 1) кількісному: скільки коштів інвестується в соціальні завдання; 2) якісному: як і наскільки комплексно цей процес організований.

Слушною та перспективною для визначення економічних і соціальних результатів від ступеня впровадження КСВ на підприємствах, на наш погляд, є пропозиція іншого російського авторського колективу (В. Кашин, А. Нецадін, Г. Тульчинський) [17] щодо видів ефективності корпоративної соціальної політики. Автори розрізняють такі види ефективності: 1) результативність = P / M – відношення отриманого результату до поставленої мети (ефективніша та діяльність, яка дозволяє досягти бажаних результатів); 2) економічність = P / B – відношення результатів до витрат ресурсів (ефективніша та діяльність, яка дозволяє отримати результат з меншими витратами); 3) доцільність = M / Π – відношення цілей до реальних соціальних проблем (ефективніша та діяльність, яка дозволяє вирішити реальні соціальні проблеми). Причому дана ефективність може оцінюватися з двох основних позицій: для суспільства (сукупність раніше недоступних благ, кількість людей що їх отримали тощо) та для бізнесу (досягнення більшої популярності, поліпшення громадської думки, зростання фінансових показників, капіталізація).

Як видно з вище проведеного дослідження оцінювання будь-якого об'єкту КСВ будь-яким методом неможливе без використання певної системи показників. В цій частині – розмаїття рекомендацій.

Асоціація менеджерів Росії виділяє кількісні та якісні індекси соціальних інвестицій. До кількісних індексів належать [13, 15]: індекс питомих соціальних інвестицій, що характеризує суму соціальних інвестицій в розрахунку на одного робітника. Така методика «...потребує порівняння підприємств, для яких характерний однаковий набір ознак, який важливий для кожного підприємства». На відміну від кількісного індексу соціальних інвестицій, що характеризує їх масштаб, якісний

індекс соціальних інвестицій, на думку авторів, дозволяє отримати оцінку рівня комплексності та повноти соціальної відповідальності.

Таблиця – Якісна оцінка соціальних інвестицій (складено за джерелом [14, с. 24-25])

Групи	Критерії якісної оцінки соціальних інвестицій	Елементи оцінки
1	Інституціональне оформлення соціальної політики	1-наявність спеціального документа, в якому визначена соціальна політика компанії 2-наявність спеціального підрозділу, який відповідає за реалізацію соціальних програм компанії 3-закріплення основних положень соціальної політики в колективному договорі
2	Система обліку соціальних програм і заходів щодо їх реалізації	4-наявність щорічних фінансових звітів, складених відповідно до міжнародних стандартів 5-упровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності 6-оцінка ефективності соціальних інвестицій (забезпечення зворотного зв'язку між інвесторами та отримувачем соціальних інвестицій) 7-прикладні соціальних програм
3	Комплексність процесу соціального інвестування	8-розвиток персоналу компанії 9-охорона здоров'я та праці персоналу 10-природоохоронна діяльність і ресурсозбереження 11-підтримка добросовісної ділової практики 12-розвиток місцевої громади

О. В. Ворона в роботі «Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності» [15, с. 131] пропонує для оцінки результативності формування та функціонування системи соціальної відповідальності залізничного транспорту України використовувати перелік якісних показників результатів функціонування цієї системи, об'єднаних у чотири групи: «Персонал», «Бізнес», «Суспільство», «Імідж».

Російські автори Кричевський Н.А. та Гончаров С.Ф. [18, с. 130-148] рекомендують проводити оцінку рівня КСВ за кількісними (показники КСВ перед працівниками, суспільством (громадою) та показники екологічної відповідальності) та якісними (наявність на підприємстві колективного договору, складання соціальних звітів та т.і.) показниками. За всіма показниками розраховуються інтегральні якісний та кількісний показники, які шляхом зіставлення дають сукупний рейтинг з КСВ компанії.

В дослідженнях розрізняють загальні та часткові показники КСВ. Березіна О. Ю. [12] запропонувала методику визначення рейтингу соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин через розрахунок 24 часткових соціально-трудова показників.

Мазурик О. В. [15, с. 128] виділяє загальний якісний індекс соціальних інвестицій, який показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, а до часткових показників відносить якісний індекс соціальних інвестицій для певного

підприємства, що показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, та якісний індекс соціальних інвестицій для певної ознаки, що показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній виборці підприємства.

В дослідженнях Черних О. В. [19] кількісний та якісний аналіз доповнено показниками внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності (залежно від соціальної відповідальності підприємства щодо своїх стейкхолдерів). Показники оцінки соціальної відповідальності підприємства скомпановано за групами основних стейкхолдерів: працівники підприємства, акціонери (11 внутрішніх показників: співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників підприємства із середнім по галузі, коефіцієнт виплати дивідендів тощо), громадські організації, освітні установи, споживачі, місцеве співтовариство, органи державної влади та місцевого самоврядування, регулюючі органи, кредитори та інститути фінансово-кредитної системи, бізнес-партнери, постачальники та підрядники, інвестори (13 зовнішніх показників: частка витрат на проведення соціальних програм спільно із громадськими організаціями в чистому прибутку підприємства, коефіцієнт забрудненості навколишнього середовища, коефіцієнт окупності інвестицій тощо).

Такий широкий авторський вибір різнобічних показників оцінки КСВ зумовлений, на нашу думку, різними підходами авторів до напрямів соціальної відповідальності як її об'єктів та, по суті, різнобічного трактування самого змісту соціальної відповідальності. Другорядними причинами зазначеної невідповідності є цілі оцінки, обрана методика аналізу, галузева належність оцінюваного суб'єкта. Так, Грицина Л. А. [20, с. 9-10] пропонує показники екологічної, суспільної, трудової та економічної відповідальності. Як вже зазначалось, О. В. Ворона [15] критеріями показників соціальних інвестицій визначила: проблеми суспільства, соціальні, інших зацікавлених сторін, а якісних показників: персонал, бізнес, суспільство, імідж. Черних О. В. [19] зосередила увагу на групах стейкхолдерів.

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

Методику оцінки КСВ, яка дозволяє порівнювати один з одним різні компанії, організації та установи, незалежно від їх типу, виду діяльності, організаційно-правової форми запропонував у 2005 р. Г.Л. Тульчинський [16]. Оцінка діяльності в сфері КСВ ведеться поетапно, а для цілей нашого дослідження корисними є два моменти. По-перше, виділяються основні напрямки («номінації») КСВ, з урахуванням міжнародних стандартів з соціальної звітності. Автором виділено шість основних «номінацій» оцінки КСВ: 1) відповідальність перед споживачами; 2) розвиток HR, вкладення в людський капітал; 3) добросовісна ділова практика; 4) корпоративне громадянство; 5) екологія і безпека; 6) участь в розвитку громадянського суспільства. По-друге, визначаються три групи показників у кожній з «номінацій» КСВ: обсягу (кількості), якості та ефективності КСВ. При цьому підбір показників здійснюється у відповідності з наступними вимогами: вони повинні бути істотними для даного напрямку КСВ і враховувати його специфіку; вони повинні мати кількісний вираз; вони повинні легко перевірятися за допомогою даних обліку.

Висновки, пропозиції та перспективи подальших досліджень. Існує значна кількість методологічних підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності, серед яких виокремлюються методики соціальної звітності, індексний і рейтинговий методи, кількісні і якісні методи.

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах, але з використанням будь-якої методології трьох міжнародних стандартів: звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору, звіт за вимогами Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), звіт за стандартом AA1000 (Account Ability).

Індексний метод оцінювання КСВ досить поширений в міжнародній практиці, а в Україні найбільш відомими є Індекс прозорості та підзвітності. На базі розрахунку зовнішніх індексів створюються рейтинги підприємств за рівнем впровадження КСВ-практик, але існують і окремі українські рейтинги з КСВ (рейтинг найбільш соціально відповідальних українських компаній (РА «ГВардія»), рейтинг «зелених» компаній (ІА «ЛІГАБізнесІнформ»). Рейтингові та індексні методики використовуються і для оцінки КСВ на мікрорівні.

Оцінку КСВ компанії мають проводити на постійній основі. Для найбільш повної і всебічної оцінки корпоративної соціальної відповідальності необхідно скористатися перевагами і якісних, і кількісних методів. Саме комбінація цих двох методів найкращим чином допомагає оцінити ефект. Найбільше поширення і наукове обґрунтування мають кількісні методи, що будуються на методах та процедурах аналізу показників господарської діяльності підприємства. Кількісні методи оцінки більше підходять для оцінки причинно-наслідкових зв'язків на основі реєстрованих кінцевих кількісних результатів. Використання якісних методів дає можливість у повній мірі оцінити інтереси і потреби представників соціальної групи, позиції всіх зацікавлених сторін і систему їх пріоритетів, допомагає зрозуміти економічний, політичний, соціальний контекст процесу КСВ [11].

Фахівці виділяють такі напрями (об'єкти) оцінювання КСВ: 1) соціальні інвестиції (та в їх межах соціальна політика), 2) ефективність / результативність КСВ, 3) КСВ-практики.

В теорії та практиці оцінки КСВ існує безліч підходів до вибору напрямів соціальної відповідальності як об'єктів оцінки, що об'єктивно викликано трактуваннями змісту соціальної відповідальності, цілями оцінки, обраними методиками аналізу, галузевою належністю оцінюваного суб'єкта КСВ.

28 жовтня 2010 опубліковано міжнародний стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності». Цей стандарт представляє керівництво за принципами, які лежать в основі соціальної відповідальності, містить основні теми і проблеми, що стосуються соціальної відповідальності, а також способи інтеграції соціально відповідальної поведінки в стратегії, системи, практики і процеси організації [21].

ISO 26000 допомагає організаціям об'єднати у своїй соціально відповідальній практиці використання ряду інших міжнародних стандартів: Декларацію ООН про права людини, конвенції МОП, принципи Глобального договору ООН, Кіотський протокол, Рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку та

інші. Стандарт сумісний з GRI, системами управління якістю (EFQM та ISO: 9001, 9004), природокористуванням (ISO: 14001), охорони праці та техніки безпеки (OHSAS: 18001) та іншими системами, застосовуваними в рамках діяльності з корпоративної відповідальності та сталого розвитку.

Таким чином, на нашу думку, стандарт ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності» найповніше відбив всі сучасні теми і актуальні проблеми, застосовні до КСВ. Тому рекомендується починати внутрішню оцінку КСВ з виділення 7 основних напрямків КСВ, що представлені в стандарті: організаційне управління; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; сумлінні ділові практики; проблеми, пов'язані із споживачами, участь в житті спільнот та їх розвиток.

Оцінювання будь-якого об'єкту КСВ будь-яким методом потребує використання певної системи показників. Виділяють часткові та загальні, кількісні та якісні, зовнішні та внутрішні показники оцінки КСВ.

Основними вимогами до обраних оціночних показників КСВ є такі: операційність та зручність для менеджменту, відповідність цілям КСВ [16], врахування критеріїв міжнародних стандартів та галузевої специфіки [15].

Основними напрямками подальших досліджень з теорії, методології та практики оцінки КСВ, на нашу думку, мають стати: розробка комплексної системи оцінок, адекватної сучасним міжнародним стандартам та цілям сталого розвитку, вирішення проблеми порівняльності різногалузевих критеріїв оцінки КСВ, створення методик наскрізної оцінки КСВ на мікро- та макрорівнях.

Список літератури: 1. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с. 2. Що таке нефінансова звітність і хто в ній зацікавлений? / Офіційний сайт CSR MarketPlace [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.csrinfo.org.ua/> 3. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально-відповідального бізнесу. – К. : Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні, 2010. – 84 с. 4. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/> 5. Буян О. А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні / О. А. Буян // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. – Випуск 6 (2). – С. 159-165. 6. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/> 7. Лепихина Т.П., Мохова Е.Г. Формирование социальной политики фирмы на основе расчёта индекса её социальной ответственности / Т.П. Лепихина, Е.Г. Мохова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Серия «Социально-экономические науки». – 2012. – № 13(37). – С. 113-127. 8. Индекс прозрачности компаний в Украине [Текст] – 2012. – К. : Seven Color, 2012 – 28 с. 9. Гвардия социально ответственных компаний – 2010/2011 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://kontrakty.com.ua/> 10. Складено рейтинг найбільш «зелених» компаній України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://biz.liga.net/> 11. Товма Н.А. Рейтинговые показатели КСО / Н.А. Товма [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/4/ 12. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій / О. Ю. Березіна // Вісник Української академії банківської справи. – 2012. – № 1(32). – С. 97-101. 13. Доклад о социальных инвестициях в России 2004 год. роль бизнеса в общественном развитии / под общ. ред. С. Е. Литовченко. – М. : Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с. 14. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21-25. 15. Ворона О. В. Методичні підходи до

оцінки рівня соціальної відповідальності / О. В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127-133. **16.** Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики : монография / Д.Г. Перекрестов, И.П. Поварич, В.А. Шабашев. – М.: Издательство «Академия Естествознания», 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.rae.ru/monographs/139-4596> **17.** Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) / В. Кашин, А. Нецадин, Г. Тульчинский // Человек и труд. – 2012. – № 5. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.chelt.ru/2009/5-09/nes4adin509.html/> **18.** Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 216 с/ **19.** Черних О. В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / О. В. Черних. – Донецьк, 2012. – 26 с. **20.** Грицина Л. І. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (машинобудування) / Л. І. Грицина. – Харків, 2008. – 19 с. **21.** Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000 «Руководство по социальной ответственности» [ISO 26000:2010 – Guidance on social responsibility] / Издание официальное. – М. : Стандартиформ, 2010. – 128 с.

Надійшла до редколегії 15.03.2012

УДК 658.012.32

Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники/ В. А. Євтушенко// Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - №46(1019) - С. 53-63. Бібліогр.: 2 назв.

В статье исследованы теоретико-методологические и практические подходы к оценке корпоративной социальной ответственности. Проанализированы методы, объекты и показатели оценки КСО. Предложена методика выбора объектов для оценки КСО. Разработаны требования к формированию системы показателей оценки КСО.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, социальная отчетность, объекты КСО, показатели оценки КСО.

In this paper the theoretical, methodological and practical approaches to the assessment of corporate social responsibility. The methods, objects, and indexes evaluation of CSR. The technique of choice for evaluation of CSR. The requirements for forming a system of indexes of CSR.

Keywords: corporate social responsibility, social investment, social reporting, the objects of CSR, CSR index evaluation.

УДК 330.32

Л.Л.ЖДАНОВА, канд. екон. наук, професор, ОНЕУ, Одеса

ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС У ТЕОРІЇ ВІДТВОРЕННЯ СУСПІЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Розглянуто еволюцію теорії суспільного відтворення. Простежено об'єктивні тенденції динаміки сфери виробництва інвестиційних товарів та сфери наукових досліджень як передумови технічного

© Л.Л.Жданова, 2013