

УДК 330.87

DOI:10.30977/ЕТК.2225-2304.2018.31.0.45

## ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

**БОЧАРОВА Н.А.**, кандидат економічних наук, доцент, кафедра управління та адміністрування.

E-mail: bocharova.n.a.xnadu@gmail.com, ORCID 0000-0003-4371-0187

**ЩЕПИЛІНА А.К.**, студентка факультету управління та бізнесу.

E-mail: ania.schepilina@gmail.com

Харківський національний автомобільно-дорожній університет,  
вул. Я. Мудрого, 25, м. Харків, Україна, 61002.

***Анотація.** Досліджено існуючі методики оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Вдосконалено піраміду КСВ. Проведено порівняльний аналіз піраміди КСВ із пірамідою ієрархії потреб А. Маслоу. Надано характеристику видів корпоративної соціальної відповідальності. Набула подальшого розвитку система показників оцінки рівня КСВ на підприємстві. Запропоновано поділ показників за зовнішнім та внутрішнім напрямками діяльності підприємства. Особливістю запропонованої оцінки є те, що найважливішу роль відіграють зацікавлені сторони, що робить методику оцінювання більш об'єктивною, ніж існуючі. Використано метод радару для розрахунку інтегрального показника – це дозволяє зобразити отримані результати оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності графічно. Наведено двовимірну матрицю оцінювання рівня КСВ. Двовимірна матриця включає дев'ять секторів, де наведено розподіл рівнів від низького до високого рівня розвитку. Розроблено характеристику кожного сектора двовимірної матриці. Таким чином, запропоновано методику інтегрального оцінювання рівня КСВ на підставі системи частинних показників, що визначаються за допомогою опитування зацікавлених сторін. Такий підхід дозволить проводити оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності для підприємств різних напрямів діяльності. Запропоновану методику апробовано на підприємстві ТОВ «ВІТАЛ». За результатами розрахунків рівень КСВ на підприємстві оцінено як високий рівень розвитку корпоративної соціальної відповідальності.*

***Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, зовнішня та внутрішня діяльність, підприємство, стейкхолдери, двовимірна матриця, рівень розвитку КСВ.*

**Постановка проблеми.** Одним із найважливіших напрямів діяльності підприємств для закріплення своїх позицій на ринку є вибудовування взаємовигідних відносин із зацікавленими особами (стейкхолдерами) на стратегічній платформі у процесі реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Сьогодні для розвитку підприємств будь-якого напрямку діяльності істотними позитивними рисами застосування основних положень КСВ є принесення користі суспільству та економіці країни в цілому,

зменшення негативного впливу на екологію, встановлення сталих взаємовідносин організації із зовнішнім середовищем, забезпечення покращення економічних результатів діяльності та іміджу підприємства в цілому. Для підприємств було б дуже корисним визначення рівня КСВ та порівняння його з рівнями КСВ на інших підприємствах. Для цього потрібне інтегральне оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Істотний внесок у вивчення особливостей корпоративної соціальної відповідальності, сутності, принципів, форм реалізації зробили вітчизняні та зарубіжні дослідники, такі як: М. Фрідман [1], А. Керолл [2], А.П. Жойдик [3], С.Ф. Гончаров і Н.А. Кричевський [4], І.Д. Голишев та О.І. Глушков [5], О.В. Ворона [6], О.Ю. Березіна [7], Б. Хлевицька [8], О.Я. Буян [9] та інші.

Методика оцінювання рівня КСВ, запропонована С.Ф. Гончаровим та Н.А. Кричевським [4], включає в себе як якісні, так і кількісні показники КСВ. Якісні показники об'єднані у три групи: перша група – показники соціальної відповідальності перед працівниками підприємства (плинність кадрів, показник виробничого травматизму, зростання ЗП, рівень освіти співробітників, витрати на соціальний захист працівників); друга група – показники відповідальності перед суспільством (витрати на соціальну підтримку навколишньої спільноти та їх відношення до чистого прибутку); третя група – показники екологічної відповідальності. Значення показника дорівнює 1, якщо цей показник наявний на підприємстві, або 0, якщо показник відсутній. Автори методики пропонують вивести інтегральний якісний показник соціальної відповідальності підприємства.

Недоліками цієї методики є: 1) неможливо розрахувати рівень соціальної відповідальності для новостворених організацій; 2) система кількісних показників КСВ формується, не зважаючи на показники у сфері організаційного управління, прав людини, прийому на роботу та оплати праці, навколишнього середовища, соціального розвитку; 3) поверхове оцінювання якісного рівня соціальної відповідальності, який запропоновано визначати залежно від наявності певних критеріїв або їх відсутності, а не від ступеня прояву в діяльності організації.

Ці недоліки частково усуваються такими перевагами методики: 1) простота проведення оцінювання рівня соціальної відповідальності (9 кількісних і 6 якісних показників); 2) універсальність (запропоновані показники наявні практично в будь-якій організації, в усіх сферах підприємницької діяльності); 3) показники можуть видозмінюватися, доповнюватися і збагачуватися залежно від особливостей продукції, що випускається, специфіки підприємства; 4) використання методики для однієї організації або для складання рейтингу декількох організацій та порівняння їх між собою.

Методика Т.Б. Хлевицької [8] дозволяє виконати поєднання концепції «потрійного результату» зі збалансованою системою показників для отримання полівекторної оцінки корпоративної соціальної діяльності. Але ця методика не враховує зовнішніх та внутрішніх аспектів діяльності підприємства.

**Невирішені складові загальної проблеми.** Дослідження методів оцінювання рівня розвитку КСВ без визначення системи показників, що відображають цей рівень на окремому підприємстві, було б неповним. Попередньо описані методики не враховують думку стейкхолдерів у розрахунку інтегрального оцінювання рівня розвитку КСВ на підприємстві.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є обґрунтування методики інтегрального оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності на підставі переліку частинних показників, які дозволяють врахувати потреби стейкхолдерів.

**Виклад основного матеріалу.** Методику інтегрального оцінювання рівня КСВ, що пропонується, подано у вигляді схеми алгоритму на рис. 1.

А. Керолл [2] запропонував трактувати КСВ як своєрідну «піраміду», яка складається з економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством.

Пропонуємо вдосконалили піраміду А. Керолла, додавши до неї деякі види відповідальності та поділивши на зовнішню та внутрішню (рис. 2).

Для обґрунтування саме такої послідовності напрямів відповідальності в піраміді порівнюємо її з пірамідою ієрархії потреб А. Маслоу, розглядаючи потреби не окремого індивіда, а суспільства в цілому (рис. 3).

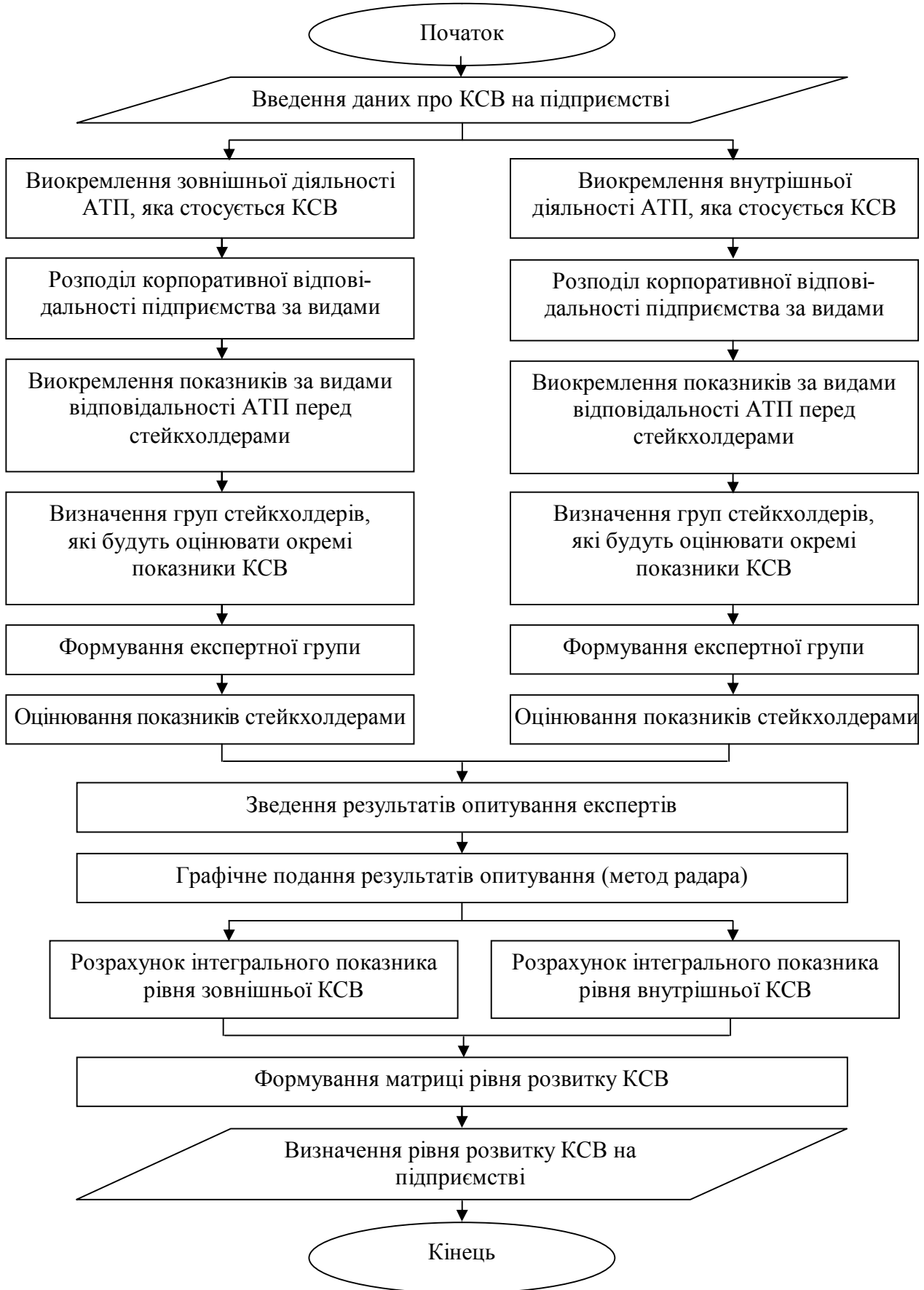
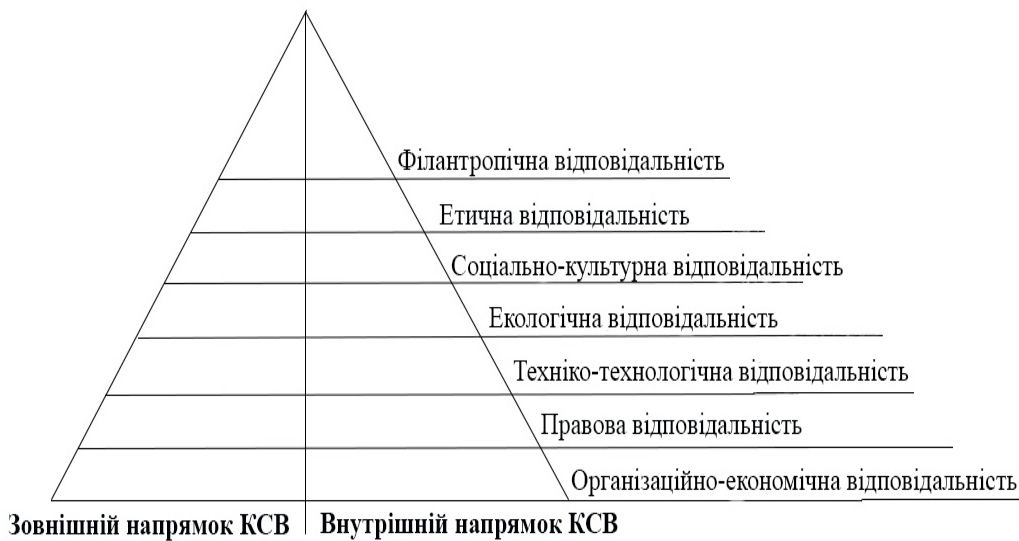
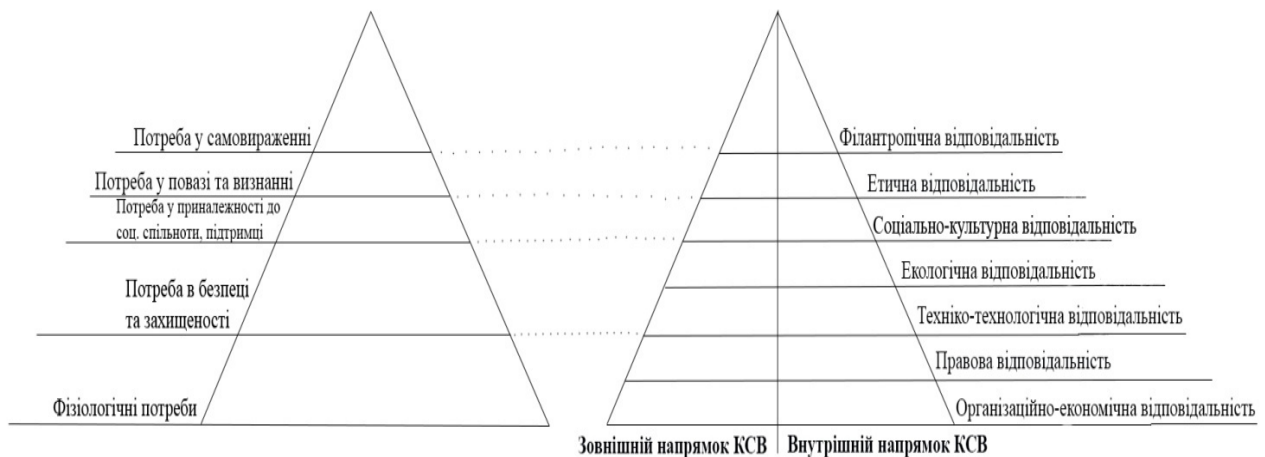


Рис. 1. Схема алгоритму методики інтегрального оцінювання рівня КСВ



**Рис. 2. Вдосконалена піраміда корпоративної соціальної відповідальності**



**Рис. 3. Порівняння піраміди А. Маслоу з пірамідою корпоративної соціальної відповідальності**

Далі надано характеристику кожного виду корпоративної соціальної відповідальності діяльності підприємства на зовнішньому та внутрішньому напрямках. Наочно її подано в табл. 1.

Розроблені раніше показники КСВ [10] було поліпшено, враховуючи поділ КСВ згідно з пірамідою на зовнішній та внутрішній напрямки діяльності підприємства та окремо за видами відповідальності.

Таблиця 1

## Характеристика видів корпоративної соціальної відповідальності

Вид відповідальності	Характеристика	
	Зовнішнього напрямку КСВ	Внутрішнього напрямку КСВ
1	2	3
Організаційно-економічна відповідальність	Задоволення потреб споживачів. Справедливі ціни на товари чи послуги, створення робочих місць, внесок організації в економіку країни. Своєчасний та в повному обсязі розрахунок із постачальниками.	Отримання прибутку (головна мета будь-якого підприємства). Своєчасна виплата справедливої ЗП співробітникам, враховуючи задоволеність працівників змістом праці.
Правова відповідальність	Додержання вимог і норм, що містяться в законах та інших чинних нормативно-правових актах, своєчасна та в повному обсязі виплата податків. Звітність, прозорість та інформування підприємством громадськості про діяльність підприємства.	Необхідність дотримання керівництвом прав людини по відношенню до робітників підприємства (документальне оформлення трудових відносин із персоналом, відображення реальних умов праці, надання передбачених законом відпусток, можливість перебувати на лікарняному тощо) та, у свою чергу, необхідність дотримання робітниками законів України та виконання своїх обов'язків. Соціальні гарантії (обов'язкове медичне обслуговування, страхування, пільги).
Техніко-технологічна відповідальність	Зобов'язання вкладати кошти в технології, що забезпечують зростання ефективності виробництва. Виробництво якісних товарів. Розвиток інноваційних процесів.	Охорона праці й техніка безпеки. Розвиток матеріально-технічної бази. Промислова безпека. Своєчасне оновлення техніки.
Екологічна відповідальність	Збереження навколишнього середовища та охорона здоров'я членів суспільства. Утилізація різних видів відходів діяльності підприємства. Підтримка програм пошуку альтернативних видів пального. Дотримання національних та міжнародних екологічних стандартів та рекомендацій. Виробництво екологічно чистої продукції, ліквідація простроченої продукції.	Дотримання санітарно-гігієнічних норм на робочому місці. Поліпшення соціально-побутових умов життя персоналу, екологічної безпеки.
Соціально-культурна відповідальність	Визначення та задоволення соціальних вимог суспільства, в якому організація здійснює свою діяльність. Підтримка	Задоволення потреб робітників в особистому визнанні, визнанні їх трудових досягнень, соціальному статусі та самовираженні, надання

Закінчення табл. 1

1	2	3
	незахищених верств населення, культурне просвітництво	можливостей кар'єрного зростання та підвищення кваліфікації. Формування програм відпочинку персоналу: фінансування путівок, проведення екскурсій. Соціальний пакет (навчання за рахунок підприємства, безкоштовний проїзд або оплата витрат на бензин, житло, безкоштовне харчування).
Етична відповідальність	Діяльність підприємства має відповідати очікуванням стейкхолдерів за умов дотримання норм моралі. Надання відкритої й чесної інформації про діяльність підприємства і його продукцію.	Розробка корпоративної культури, системи корпоративної етики.
Дискреційна (філантропічна) відповідальність	Діяльність підприємства, спрямована на підтримку і розвиток добробуту суспільства через добровільну участь у реалізації соціальних програм та інших благодійних заходів	Волонтерство робітників, добровільна участь персоналу у благодійних проектах

Кожен показник оцінюється з точки зору стейкхолдера або групи стейкхолдерів підприємства.

Таблиця 2

## Показники внутрішньої діяльності підприємства

Вид відповідальності	Показники (за рік діяльності підприємства)	Стейкхолдер, який оцінює показник
1	2	3
1. Організаційно-економічна відповідальність	1.1. Темп зростання прибутку організації ( $T_p^П$ ), %	Власники
	1.2. Показник плинності кадрів ( $K_{пл}$ ), %	Менеджери (відділ кадрів)
	1.3. Показник співвідношення середньої ЗП робітників АТП на підприємстві до середньої ЗП в регіоні ( $\bar{ЗП}$ ), %	Менеджери (бухгалтерія)
	1.4. Своєчасність та повнота виплати ЗП ( $СП_{ЗП}$ )	
	1.5. Рівень корумпованості підприємства й наявність системи запобігання корупції ( $P_K$ )	Власники, менеджери, працівники
2. Правова відповідальність	2.1. Дотримання підприємством прав людини (ПЛ)	Менеджери, працівники
	2.2. Наявність соціальних гарантій на підприємстві (СГ)	Менеджери, працівники

Закінчення табл. 2

1	2	3
	2.3. Дотримання закону працівниками підприємства (ДЗ <sup>ПР</sup> )	Менеджери
3. Техніко-технологічна відповідальність	3.1. Показник виробничого травматизму (ВТ)	Менеджери, працівники
	3.2. Темп зростання матеріально-технічної бази ( $T_p^{MTB}$ ), %	Власники, менеджери
	3.3. Витрати на НДДКР по застосуванню передових технологій (від суми загальних витрат) (ВН <sub>ДДКР</sub> ), %	Менеджери (бухгалтерія)
4. Екологічна відповідальність	4.1. Штрафи, нараховані за порушення природоохоронного законодавства (ШПЗ)	Власники, менеджери (бухгалтерія)
	4.2. Забезпечення необхідних норм охорони і гігієни праці (ОГП)	Менеджери, працівники
5. Соціально-культурна відповідальність	5.1. Коефіцієнт рівня освіти робітників (К <sub>О</sub> )	Менеджери
	5.2. Своєчасне визначення та задоволення соціальних вимог працівників організації (СВ <sub>ПР</sub> )	Менеджери, працівники
	5.3. Програми відпочинку для персоналу (ПВ <sub>П</sub> )	Менеджери, працівники та їх родини
	5.4. Наявність соціального пакета (СП)	Менеджери, працівники та їх родини
6. Етична відповідальність	6.1. Наявність корпоративної культури (КК)	Менеджери, працівники
	6.2. Наявність системи корпоративної етики (КЕ)	Менеджери, працівники
7. Філантропічна відповідальність	7.1. Волонтерство робітників, добровільна участь персоналу у благодійних проектах (ВР <sub>ОБ</sub> )	Менеджери, працівники
	7.2. Волонтерство менеджерів та власників підприємства, добровільна участь у благодійних проектах (В <sub>МВ</sub> )	Власники, менеджери

Таблиця 3

## Показники зовнішньої діяльності підприємства

Вид відповідальності	Показники (за рік діяльності підприємства)	Стейкхолдер, який оцінює показник
1	2	3
1. Організаційно-економічна відповідальність	1.1. Темп приросту кількості робочих місць ( $T_p^{MTB}$ )	Громада, місцеві мешканці, держава
	1.2. Рівень неупередженості цін (при порівнянні з цінами конкурентів) (СЦ)	Споживачі



Закінчення табл. 3

1	2	3
	1.3. Оперативність та повнота обсягу розрахунків із постачальниками (ОП <sub>П</sub> )	Постачальники
	1.4. Збір відгуків клієнтів і реагування на них підприємства (ЗВ <sub>КЛ</sub> )	Споживачі
	1.5. Рівень відповідності продукції або послуг підприємства міжнародним стандартам якості (Р <sub>Я</sub> )	Споживачі, держава
2. Правова відповідальність	2.1. Рівень дотримання чинного законодавства (РД <sub>З</sub> )	Держава
	2.2. Вчасність та повнота обсягу сплати податків (ВП <sub>СП</sub> )	Держава
	2.3. Наявність всіх дозволів та інших державних ліцензій і схвалень, необхідних для діяльності (ДЛ)	Держава
3. Техніко-технологічна відповідальність	3.1. Витрати на розвиток інноваційних процесів (від суми загальних витрат) (В <sub>ІП</sub> ), %	Держава
	3.2. Допомога технікою суспільству, коли в цьому є потреба (Д <sub>Т</sub> )	Громада та місцеві мешканці
4. Екологічна відповідальність	4.1. Дотримання національних та міжнародних екологічних стандартів та рекомендацій (ДЕК)	Держава, громада, місцеві мешканці
	4.2. Коефіцієнт переробки відходів (К <sub>ПВ</sub> ), %	Держава, громада, місцеві мешканці
	4.3. Рівень споживання природних ресурсів (Р <sub>С</sub> <sup>ПР</sup> )	Держава, громада, місцеві мешканці
5. Соціально-культурна відповідальність	5.1. Участь у соціальних програмах (СПП)	Держава, громада та місцеві мешканці
	5.2. Реагування на моменти, що викликають занепокоєння у місцевого населення (Р <sub>ЗН</sub> )	Громада та місцеві мешканці
6. Етична відповідальність	6.1. Рівень дотримання етики бізнесу підприємством (Р <sub>ЕБ</sub> )	Постачальники, суб'єкти ринкової інфраструктури, групи впливу
	6.2. Рівень прозорості та інформування громадськості про діяльність підприємства (Р <sub>П</sub> )	Споживачі, групи впливу, громада та місцеві мешканці, суб'єкти ринкової інфраструктури
7. Філантропічна відповідальність	7.1. Участь підприємства у благодійних заходах ( )	Громада та місцеві мешканці, держава, групи впливу
	7.2. Витрати підприємства на меценатство, спонсорство, волонтерство (від суми загальних витрат) (В <sub>МСВ</sub> ), %	Держава, громада та місцеві мешканці, групи впливу

Показники необхідно визначити за шкалою (низька оцінка – 0 балів; задовільна – 1 бал; нижче середнього – 2 бали; середня – 3 бали; вище середнього – 4 бали; висока – 5 балів) [10].

Далі на підставі опитування експертів необхідно вивести середню оцінку кожного показника ( $\bar{x}_i$ ) за формулою та звести результати у табл. 4.

$$\bar{x}_i = \frac{\sum x_i}{n}, \quad (1)$$

де  $x_i$  – оцінка  $i$ -го показника;

$\sum x_i$  – сума оцінок  $i$ -го показника;

$n$  – кількість експертів, які оцінювали  $i$ -й показник.

Коефіцієнт розвитку ( $K$ ) – середня оцінка показника ( $\bar{x}_i$ ) за шкалою від 0 до 1; для цього кожен середню оцінку показника поділимо на максимальне значення 5.

Для більшої наочності далі взято результати опитувань стейкхолдерів діючого підприємства ТОВ «ВІТАЛ».

Таблиця 4

## Зведені дані про показники КСВ на підприємстві

Показники внутрішньої діяльності					Показники зовнішньої діяльності				
Показники	$\sum x_i^{\text{ВН}}$	$n$	$\bar{x}_i^{\text{ВН}}$	Коефіцієнт розвитку ( $K$ )	Показники	$\sum x_i^{\text{ЗОВН}}$	$n$	$\bar{x}_i^{\text{ЗОВН}}$	Коефіцієнт розвитку ( $K$ )
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Організаційно-економічна відповідальність									
1.1. Т <sub>Р</sub> <sup>П</sup>	12	3	4,00	0,800	1.1. Т <sub>Р</sub> <sup>РМ</sup>	58	13	4,46	0,892
1.2. К <sub>ПЛ</sub>	4	1	4,00	0,800	1.2. СЦ	41	10	4,10	0,820
1.3. ЗП	4	1	4,00	0,800	1.3. ОПП	23	5	4,60	0,920
1.4. СП <sub>ЗП</sub>	5	1	5,00	1,000	1.4. ЗВ <sup>КЛ</sup>	41	10	4,10	0,820
1.5. Р <sub>К</sub>	103	26	3,96	0,792	1.5. Р <sub>Я</sub>	65	14	4,64	0,929
Правова відповідальність									
2.1. ПЛ	107	24	4,46	0,892	2.1. РД <sub>З</sub>	19	4	4,75	0,950
2.2. СГ	108	24	4,50	0,900	2.2. ВП <sub>СП</sub>	20	4	5,00	1,000
2.3. ДЗ <sup>ІР</sup>	46	10	4,60	0,920	2.3. ДЛ	19	4	4,75	0,950
Техніко-технологічна відповідальність									
3.1. ВТ	112	24	4,67	0,933	3.1. В <sub>ІП</sub>	15	4	3,75	0,750
3.2. Т <sub>Р</sub> <sup>МТБ</sup>	48	12	4,00	0,800	3.2. Д <sub>Г</sub>	42	9	4,67	0,933
3.3. В <sub>НДКР</sub>	4	1	4,00	0,800					

Закінчення табл. 4

Екологічна відповідальність									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.1. Ш <sub>ПЗ</sub>	14	3	4,67	0,933	4.1. ДЕС	49	13	3,77	0,754
4.2. ОГ <sub>П</sub>	97	24	4,04	0,808	4.2. К <sub>ПВ</sub>	56	13	4,31	0,862
					4.3. Р <sub>С</sub> <sup>ПР</sup>	59	13	4,54	0,908
Соціально-культурна відповідальність									
5.1. К <sub>О</sub>	43	10	4,30	0,860	5.1. СПП	60	13	4,62	0,923
5.2. СВ <sub>ПР</sub>	105	24	4,38	0,875	5.2. Р <sub>ЗН</sub>	35	9	3,89	0,778
5.3. ПВ <sub>П</sub>	81	24	3,38	0,675					
5.4. СП	101	24	4,21	0,842					
Етична відповідальність									
6.1. КК	105	24	4,38	0,875	6.1. Р <sub>ЕБ</sub>	43	10	4,30	0,860
6.2. КЕ	104	24	4,33	0,867	6.2. Р <sub>П</sub>	97	24	4,04	0,808
Філантропічна відповідальність КСВ									
7.1. В <sub>РОБ</sub>	103	24	4,29	0,858	7.1. У <sub>БЗ</sub>	48	15	3,20	0,640
7.2. В <sub>МВ</sub>	50	12	4,17	0,833	7.2. В <sub>МСВ</sub>	48	15	3,20	0,640

Наступним етапом є графічне зображення отриманих результатів оцінювання показників КСВ. Для цього отримані результати розрахунку коефіцієнта рівня розвитку, подані в табл. 4, будуть показані схематично, використовуючи метод радара, де значення коефіцієнта рівня розвитку в центрі взято за 0, а кінцеве – за 1. Це було зроблено виходячи з положення, що існуючий рівень розвитку показників, що прагне до найбільшого значення, буде, таким чином, забезпечувати спрямованість до максимального рівня, тобто до одиниці. Таким чином, на рис. 4 схематично зображено радари для внутрішньої та зовнішньої діяльності.

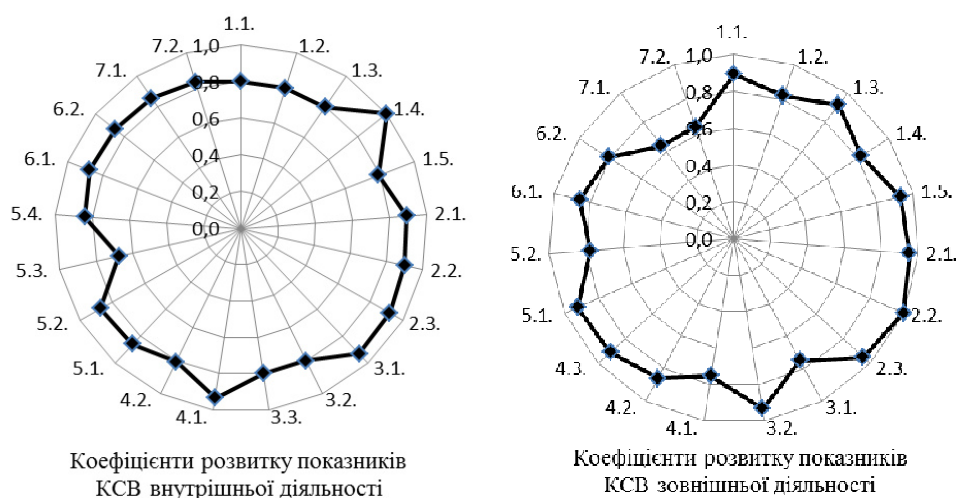


Рис. 4. Графічне зображення оцінювання показників корпоративної соціальної відповідальності методом радара



Наступним етапом є розрахунок інтегрального показника рівня розвитку КСВ  $R$  за формулою

$$R = \frac{S_{\text{б}}}{S_{\text{р}}}. \quad (3)$$

Показник  $R$  за внутрішньою та зовнішньою діяльністю

$$R^{\text{вн}} = \frac{2,239}{3,097} = 0,723,$$

$$R^{\text{зовн}} = 0,724.$$

Згідно з результатами розрахунку інтегральних показників корпоративна соціальна відповідальність підприємства характеризується високим показником її розвитку.

На останньому етапі методики пропонується дати якісну оцінку рівня КСВ ТОВ «ВІТАЛ». Для цього отримані результати розрахунку інтегральних показників рівня розвитку КСВ зображуються на двовимірній матриці. Відповідні значення інтегрального показника за внутрішньою діяльністю показані на осі  $x$ ; за зовнішньою – на осі  $y$  (рис. 5).

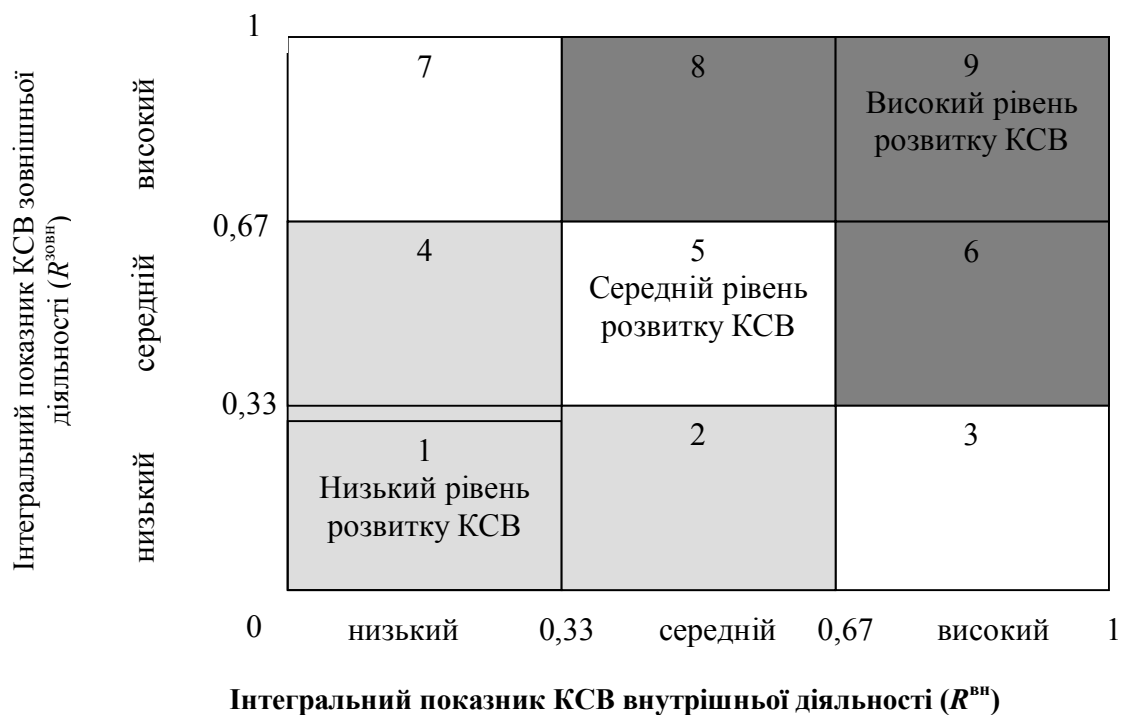


Рис. 5. Матриця рівня розвитку КСВ

Простір матриці поділяється на дев'ять осередків, оскільки фактори, які її формують, мають три рівні: високий, середній та низький. Виходячи з того, що значення показників варіюють від 0 до 1, то проводиться попередній поділ осі матриці на три рівні частини.

Інтегральні показники за внутрішньою та зовнішньою діяльністю ТОВ лежать у діапазоні від 0,67 до 1. Характеристика секторів матриці описана в табл. 5.

Таблиця 5

## Характеристика секторів матриці

№ сектора	Діапазон вимірів	Характеристика сектора матриці
1	2	3
1	$R^{\text{зовн}} = 0 - 0,33$ $R^{\text{вн}} = 0 - 0,33$	Зона низького рівня розвитку КСВ. Мотивація – отримання прибутку, дотримання закону. Підприємство бере на себе тільки обов'язкову відповідальність.
2	$R^{\text{зовн}} = 0 - 0,33$ $R^{\text{вн}} = 0,33 - 0,66$	Підприємство почало впровадження разових КСВ-заходів по задоволенню внутрішніх груп стейкхолдерів, які носять спонтанний характер. Мотивація – тиск середовища.
3	$R^{\text{зовн}} = 0 - 0,33$ $R^{\text{вн}} = 0,66 - 1$	Підприємство зосереджене тільки на задоволенні потреб внутрішніх груп зацікавлених сторін. Низька плинність кадрів. Висока продуктивність роботи персоналу. Нерівномірний розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Незадоволення потреб зовнішніх груп стейкхолдерів позбавляє підприємство надійних та взаємовигідних взаємовідносин із партнерами. Імідж підприємства знаходиться на низькому рівні, споживачі не впізнають брэнда підприємства.
4	$R^{\text{зовн}} = 0,33 - 0,66$ $R^{\text{вн}} = 0 - 0,33$	Підприємство почало впровадження разових КСВ-заходів по задоволенню зовнішніх груп стейкхолдерів, які носять спонтанний характер. Мотивація – тиск середовища.
5	$R^{\text{зовн}} = 0,33 - 0,66$ $R^{\text{вн}} = 0,33 - 0,66$	Рівномірний розвиток корпоративної соціальної відповідальності. На підприємстві існує стратегія КСВ, яка потребує доопрацювання.
6	$R^{\text{зовн}} = 0,33 - 0,66$ $R^{\text{вн}} = 0,66 - 1$	Підприємство зосереджене на внутрішньому середовищі більше, ніж на зовнішньому. На підприємстві існує стратегія КСВ. Є необхідність мати окремий відділ КСВ. Низька плинність кадрів. Висока продуктивність роботи персоналу. Якщо підприємство буде більше приділяти уваги зовнішнім стейкхолдерам, швидко досягне високого рівня розвитку КСВ.
7	$R^{\text{зовн}} = 0,66 - 1$ $R^{\text{вн}} = 0 - 0,33$	Нерівномірний розвиток корпоративної соціальної відповідальності. Низький рівень розвитку внутрішнього напрямку діяльності підприємства з КСВ за високого рівня зовнішнього напрямку. Це веде за собою високу плинність кадрів та низьку продуктивність роботи персоналу. Підприємство впізнають споживачі. Але через напружену ситуацію всередині підприємство не досягне стабільного успіху.

Закінчення табл. 5

1	2	3
8	$R^{\text{зовн}} = 0,66 - 1$ $R^{\text{вн}} = 0,33 - 0,66$	Підприємство зосереджене на зовнішньому середовищі більше, ніж на внутрішньому. На підприємстві існує стратегія КСВ, спрямована на зовнішніх стейкхолдерів. Є необхідність мати окремий відділ КСВ. Підприємство має добрий імідж. Бере участь у філантропічній діяльності. Якщо підприємство буде більше приділяти уваги персоналу, швидко досягне високого рівня розвитку КСВ.
9	$R^{\text{зовн}} = 0,66 - 1$ $R^{\text{вн}} = 0,66 - 1$	Підприємство має розвинену стратегію КСВ. Приділяє однаково уваги внутрішнім та зовнішнім зацікавленим сторонам. Мотивація – власні міркування. Має спеціальний відділ КСВ та бюджет на її реалізацію. Превентивний характер діяльності. Швидке реагування на занепокоєння місцевого населення. Міцні та довірливі взаємовідносини з партнерами. Врахування вимог клієнтів. Уважне ставлення до працівників та їх родин

Згідно з проведеними розрахунками ТОВ «ВІТАЛ» попадає в 9-й сектор за показниками розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, що відповідає високому рівню розвитку КСВ.

**Висновки.** Отже, було виокремлено види корпоративної відповідальності підприємств. Було розроблено систему показників КСВ за зовнішнім та внутрішнім напрямками діяльності підприємства. В оцінюванні показників найважливішу роль відіграють зацікавлені сторони, що робить методику оцінювання більш об'єктивною, ніж існуючі. Використано метод радара для розрахунку інтегрального показника та двовимірну матрицю. Ця методика підходить для підприємств різних напрямів діяльності.

### Література

1. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit / M. Friedman // New York Times Magazine. – September, 13, 1970. – P. 122–126.
2. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A.B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – no. 34 (4). – P. 39–48.
3. Жойдик А.П. Развитие методов оценки корпоративной социальной ответственности российских компаний: дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Жойдик Алексей Петрович. – Москва, 2015. – 198 с.

4. Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность / С.Ф. Гончаров, Н.А. Кричевский. – М.: Дашков и К°, 2006. – 195 с.
5. Гольшев И.Д. Учет показателей корпоративной социальной ответственности в управлении маркетинговой деятельностью / И.Д. Гольшев, А.И. Глушков // Вестн. ЮУрГУ. – 2013. – № 3. – С. 116–121.
6. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127–133.
7. Березіна О.Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій / О.Ю. Березіна // Вісник Української академії банківської справи. – 2012. – № 1(32). – С. 97–101.
8. Хлевицька Т.Б. Методичний підхід до оцінки ефективності корпоративної соціальної діяльності підприємств на інтегративній платформі / Т.Б. Хлевицька // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 34 (2014). – С. 135–141.
9. Буян О.Я. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні / О.Я. Буян // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. – Вип. 6 (2). – С. 159–165.
10. Бочарова Н.А. Показники рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності на автотранспортному підприємстві / Н.А. Бочарова, А.К. Щепиліна // Економіка транспортного комплексу. – 2017. – № 30. – С. 85–99.

### References

1. Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to increase its Profit. *New York Times Magazine*, 13, 122–126. [in English].
2. Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. 34 (4), 39-48 [in English].
3. Goydic, A.P. (2015). *Razvitie metodov ocenki korporativnoj social'noj otvetstvennosti rossijskih kompanij* [Development of methods for assessing the corporate social responsibility of Russian companies]. Extended abstract of candidate's thesis. Moscow [in Russian].
4. Goncharov, S.F. (2006). *Korporativnaya social'naya otvetstvennost'* [*Corporate Social Responsibility*]. Moscow: Dashkov i K° [in Russian].
5. Golshev, I.D. (2013). *Uchet pokazatelej korporativnoj social'noj otvetstvennosti v upravlenii marketingovoj deyatel'nost'yu* [Accounting the indicators of corporate social responsibility in the marketing activities management]. *Vestn. YUUrGU - Messenger UUrGU*, 3, 116-121 [in Russian].
6. Vorona, O.V. (2010). *Metodichni pidhodi do ocinki rivnya social'noi vidpovidal'nosti* [Methodological approaches to assess the level of social responsi-



bility]. *Visnik ekonomiki transportu i promislovosti [Bulletin of the Economy of Transport and Industry]*, 30, 127-133 [in Ukrainian].

7. Berezina, O.U. (2012). Kil'kisna ocinka social'noï vidpovidal'nosti korporacij [Quantitative assessment of corporate social responsibility]. *Visnik Ukraïns'koï akademii bankivs'koï справи [Bulletin of the Ukrainian Academy of Banking]*, 1(32), 97-101 [in Ukrainian].

8. Hlevic'ka, T.B. (2014). Metodichnij pidhid do ocinki efekтивности korporativnoï social'noï diyal'nosti pidpriemstv na integrativnij platformi [Methodical approach to the assessment of the effectiveness of corporate social activities of enterprises based on the integrative platform]. *Strategiya ekonomichnogo rozvitku Ukraïni [Strategy of economic development of Ukraine]*, 34, 135-141 [in Ukrainian].

9. Buyan, O.Ya. (2012). Pidhodi do ocinki efekтивности korporativnoï social'noï vidpovidal'nosti pidpriemstv v Ukraïni [Approaches to the assessment of the effectiveness of corporate social responsibility in Ukraine]. *Visnik Dnipropetrovs'kogo universitetu. Seriya «Ekonomika» [Bulletin of Dnipropetrovsk University. Economics series]*, 6 (2), 159-165 [in Ukrainian].

10. Bocharova, N.A. & Shcepilina, A.K. (2017). Pokazniki rivnya rozvitku korporativnoï social'noï vidpovidal'nosti na avtotransportnomu pidpriemstvi [Indicators of the level of development of corporate social responsibility at the motor transport enterprises]. *Ekonomika transportnogo kompleksu [Economy of the transport complex]*, 30, 85-99 [in Ukrainian].

## INTEGRAL ASSESSMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF AN ENTERPRISE

**BOCHAROVA N.**, Candidate of Economic Sciences (PhD), Associate Professor, Department of Management and Administration.

E-mail: bocharova.n.a.xnadu@gmail.com, ORCID 0000-0003-4371-0187

**SCHEPILINA A.**, Student of the Faculty of Business and Management.

E-mail: ania.schepilina@gmail.com

Kharkiv National Automobile and Highway University, Ya. Mudrogo Str., 25, Kharkiv, Ukraine, 61002.

**Abstract.** *The existing methods of assessing the level of corporate social responsibility at enterprises have been studied. The pyramid of corporate social responsibility has been improved. A comparative analysis of the pyramid of corporate social responsibility and the Maslow's pyramid of needs hierarchy has been carried out. The characteristics of some types of corporate social responsibility have been given. The system of indicators for assessing the level of corporate social responsibility at the enterprise has been further developed. The division of indicators for the external and internal directions of enterprise activities has been offered. The specific feature of the offered assessment is that the most important role is played by interested parties, which makes the assessment method more objective compared with the existing ones. The radar method is used to calculate the integral index, which allows presenting the assessment results of the level of corporate social responsibility in the graphical form. A two-dimensional matrix for assessing*

*the level of corporate social responsibility has been given. The two-dimensional matrix consists of nine sectors presenting the ranging of levels from the lower to higher development levels. A characteristic of each sector of a two-dimensional matrix has been developed. Thus, the method of integrated assessment of the level of corporate social responsibility on the basis of the system of partial indexes determined by the survey of interested parties is proposed. This approach will allow conducting an assessment of the level of corporate social responsibility for enterprises in different areas of activities. The offered method is tested in the enterprise of «Vital» Ltd. According to the results of the obtained calculations, the level of corporate social responsibility at the enterprise is assessed as a high development level of corporate social responsibility.*

**Key words:** *corporate social responsibility, external and internal activities, enterprise, stakeholders, two-dimensional matrix, development level of corporate social responsibility.*

## **ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**БОЧАРОВА Н.А.**, кандидат экономических наук, доцент, кафедра управления и администрирования.

E-mail: bocharova.n.a.xnadu@gmail.com, ORCID 0000-0003-4371-0187

**ЩЕПИЛІНА А.К.**, студентка факультета управления и бизнеса.

E-mail: [ania.schepilina@gmail.com](mailto:ania.schepilina@gmail.com)

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет,  
ул. Я. Мудрого, 25, г. Харьков, Украина, 61002.

**Аннотация.** *Исследованы существующие методики оценки уровня корпоративной социальной ответственности на предприятиях. Получила дальнейшее развитие система показателей оценки уровня КСО на предприятии. Использован метод радара для расчета интегрального показателя – это позволяет изобразить полученные результаты оценки уровня корпоративной социальной ответственности графически. Приведена двухмерная матрица оценки уровня КСО. Двухмерная матрица включает девять секторов, где приведено распределение уровней от низкого до высокого уровня развития.*

**Ключевые слова:** *корпоративная социальная ответственность, внешняя и внутренняя деятельность, предприятие, стейкхолдеры, двухмерная матрица, уровень развития.*