

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-4-80-75>

УДК 330.341

Силкіна Ю.О.

Київський національний торговельно-економічний університет

## РОЗРОБКА КОМПЛЕКСНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

**Анотація.** В статті розкрито сутність соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, а також розглядається необхідність та важливість її оцінки. Аналіз методик оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу показав їх різноманітність та виявив ряд недоліків. Кожний з них не дає змоги повноцінно проаналізувати сукупність складових соціальної відповідальності бізнесу, розкрити її стан. В Україні існує певна потреба в розробці якщо не універсальної методики оцінки соціальної відповідальності бізнесу, то хоча б методики, яка буде описана певними нормативними рамками. Це дозволить всім зацікавленим сторонам бізнес процесу отримати таку необхідну інформацію при ухваленні своїх рішень. З огляду на це, обґрунтовано використання комплексної моделі оцінювання соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, яка включає такі основні показники, як: місія та стратегія підприємства, управління соціальними та екологічними ризиками, взаємодія із зацікавленими сторонами, екологічна та соціальна відповідальність компанії. На цій підставі сформульовано комплексну модель оцінювання соціальної відповідальності бізнесу з якісними та кількісними індикаторами.

**Ключові слова:** місія, стратегія, підприємство, бізнес, соціальна відповідальність, екологічна відповідальність, управління ризиками, стейкхолдери, рівень корпоративної соціальної відповідальності, комплексна модель оцінювання соціальної та екологічної відповідальності.

Sylkina Julia

Kyiv National University of Trade and Economics

## DEVELOPMENT OF THE COMPLEX MODEL OF BUSINESS SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY EVALUATION

**Summary.** The article reveals the essence of social and environmental responsibility of business and also considers the necessity and importance of its evaluation. The results of the evaluation give the company an opportunity to identify the strengths and weaknesses of corporate social responsibility practices and to substantiate areas for its improvement. It has been determined that many factors influence the process of assessing corporate social responsibility, including goals, mission of the company and also strategic development directions. This study examines common practices for implementing corporate social responsibility in companies in Ukraine, such as: environmental responsibility, labor relations, regions development, consumer relations, anti-corruption practices. The analysis of the methods of business social responsibility level evaluation showed their diversity and revealed a number of shortcomings. Each of them does not allow to fully analyze the set of components of corporate social responsibility, to reveal its status. In Ukraine, there is a certain need to develop, if not a universal methodology for assessing corporate social responsibility, but at least a methodology that will be described by certain regulatory frameworks. This will allow all stakeholders of the business process to obtain the necessary information when making their decisions. According to this, it is justified the use of the complex model of business social and environmental responsibility evaluation, which includes such basic indicators as: mission and strategy of the enterprise, social and environmental risks management, interaction with stakeholders, environmental and social responsibility of the company. On this basis, a complex model of business social and environmental responsibility evaluation with qualitative and quantitative indicators is formed.

**Keywords:** mission, strategy, enterprise, business, social responsibility, environmental responsibility, risk management, stakeholders, level of corporate social responsibility, complex model of social and environmental responsibility evaluation.

**Постановка проблеми.** Принципи соціальної відповідальності бізнесу актуальні для підприємств усіх секторів економіки незалежно від їх розміру та форми власності, особливо в Україні, яка прагне підвищити індекс людського розвитку та конкурентоспроможності. Адже, у 2019 р. – Україна посіла 88 позицію зі 189 країн у загальному рейтингу стану людського розвитку та 85-е місце зі 138 країн у рейтингу глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), який щороку формується Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ) [1].

Відомо, що найбільш поширеними негативними факторами для ведення бізнесу в Україні лишаються: неефективна урядова політика, інфляція, політична нестабільність та корупція. Тому підприємствам варто шукати ті правила, методи

і технології управління бізнесом, які були б адекватними до сучасних умов ведення бізнесу.

В даний час актуальним є питання соціальної корисності результатів діяльності підприємств. Беззаперечним є факт, що соціальна відповідальність бізнесу (далі по тексту – СВБ) є показником реальної участі компанії у вирішенні соціально-економічних проблем суспільства, адже вона бере на себе відповідальність за соціальні та екологічні наслідки своєї діяльності. Тому важливо проводити оцінку соціальної діяльності компаній. Результати оцінки дають компанії можливість визначити сильні та слабкі сторони практик в області СВБ та обґрунтувати напрямки діяльності щодо її вдосконалення. Все це обумовлює необхідність розробки нових методичних підходів до оцінювання соціальної

та екологічної відповідальності бізнесу, що й актуалізує тему статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дієфінація категорії «соціальна відповідальність» отримала широке поширення серед закордонних вчених, які стояли у витоків даного напрямку. Зокрема, Г. Боуен (висвітлив засади, рамки соціальної активності та визначив вектори розвитку феномена соціальної відповідальності), К. Девіс (сформулював так званий «залізничний закон відповідальності»); визначив основні аргументи «за» і «проти» корпоративної соціальної відповідальності), А. Керролл (дослідив управлінський аспект і типи КСВ, розробив відому «Модель А.Керролла») та багато інших.

З переходом України до ринкових принципів господарювання питання соціальної відповідальності бізнесу почали піднімати та досліджувати такі відомі вітчизняні науковці та практики, як: А.М. Колот, О.А. Грیشнова, Д.О. Баюра, А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна [3] та ін. Серед вітчизняних науковців, які вивчають питання якісних та кількісних показників оцінки корпоративної соціальної відповідальності, можна виділити: О.Ю. Березіну, В.А. Євтушенко, В.В. Ровенську, Г.О. Красножон та ін. Проте, незважаючи на значні наукові напрацювання в цій області, питання оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу залишається не до кінця визначеним і потребує подальшого наукового дослідження.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** У зв'язку з складними умовами функціонування та розвитку вітчизняних підприємств, необхідним є пошук нових шляхів підвищення ефективності управління бізнесом в Україні, зокрема на засадах соціальної відповідальності. Проблемі оцінювання соціальної відповідальності бізнесу присвячена значна кількість наукових праць, але водночас слід вказати на недостатню повноту та систематизацію підходів до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. Тому, вкрай важливо розробити єдиний методичний підхід, що дозволить оцінити рівень соціальної та екологічної відповідальності бізнесу.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є дослідження методичних підходів до оцінки корпоративної соціальної відповідальності та розробка комплексної моделі оцінювання соціальної та екологічної відповідальності бізнесу в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальна та екологічна відповідальність в даний час стає одним з найбільш актуальних аспектів діяльності компаній різних секторів економіки, незалежно від їх територіальної приналежності. Керівництво компаній все більше усвідомлює, що збільшення прибутку не є основною метою діяльності компанії в сучасних умовах функціонування. Важливо, щоб компанії створювали як соціальну, так і екологічну цінність в довгостроковій перспективі.

Підтвердженням цьому є висловлювання Девіда Паккарда, засновника корпорації Hewlett Packard: «Багато хто помилково вважає, що мета існування будь-якої компанії – робити гроші. Однак, незважаючи на те, що гроші – важливий результат роботи, ми прийшли до висновку: група людей стає тим, що ми називаємо компанією,

щоб отримати можливість колективно здійснити те, що не під силу одинакам, – внести вклад в життя суспільства» [2].

Термін «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ, CSR – Corporate Social Responsibility) виник більше ніж 50 років тому і спочатку отримав своє визнання в економічно розвинених західних країнах. Не дивлячись на те, що дане поняття має довгу історію становлення та розвитку, до цього часу так і немає єдиного загально визначення.

На нашу думку, найбільш повне визначення сутності соціальної відповідальності представлено у міжнародному стандарті соціальної відповідальності ISO 26000. «Соціальна відповідальність – це відповідальність компанії за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування заінтересованих сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації і практикується в її відносинах з іншими» [3, с. 13].

У даний час практики соціально відповідального ведення бізнесу стають все більш популярними серед українських компаній. Це підтверджується тим, що компанії щорічно випускають не тільки традиційну фінансову звітність, але також публікують нефінансову, або соціальну звітність, в якій відображені нефінансові показники, а саме показники з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), або ESG показники (екологічні, соціальні та управлінські). Часто ці звіти називають звітами зі сталого розвитку, або корпоративної соціальної відповідальності. У 2019 році 13% компаній в Україні готували звіти, де відображені показники з КСВ (екологічні, соціальні та управлінські) [4].

Так, серед найбільш відомих українських компаній, які готують нефінансові звіти можна виділити такі: державні (Енергоатом), приватні (Астарта, Нова пошта, Ашан, Соса Cola, Оболонь, МЕТРО, 1+1 media, Lifecell, Київстар, концерн «Галнафтогаз» (мережа заправок ОККО, МХП, ДТЕК, група Метінвест) та багато інших.

Підтвердженням цьому також є конкурс кейсів з КСВ проведений Центром «Розвиток КСВ». До десятої збірки кейсів включено 34 кейси з КСВ компаній в Україні, що були зібрані в рамках щорічного Конкурсу бізнес-кейсів з КСВ 2019. Конкурс було присвячено впровадженню Цілей Сталого Розвитку компаніями України, що стосуються подолання бідності (Ціль 1), охорони здоров'я (Ціль 3), якісної освіти (Ціль 4), гідної роботи (Ціль 8), Створення стійкої інфраструктури (Ціль 9), зменшення нерівності (Ціль 10), сталості міст (Ціль 11), сталого споживання (Ціль 12), захисту та відновлення екосистем суші (Ціль 15) та партнерства заради сталого розвитку (Ціль 17) [5, с. 3].

В практиці КСВ в Україні існує певний стереотип про те, що КСВ – це лише «примха», яку мають великі корпорації з величезними бюджетами. Сьогодні впровадження політики КСВ аж ніяк не залежить від кількості грошей, які має компанія.

Проте, не потрібно порівнювати програми соціальної відповідальності, які впроваджують не-

ликі та малі підприємства. У малому бізнесу соціальну відповідальність визначено насамперед, як можливість створювати робочі місця, та виступати інструментом задоволення споживчих і соціальних запитів населення.

Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств в першу чергу полягає в максимальній повній сплаті податків, дотримання законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, в створенні робочих місць, в добродійних заходах. Всі ці заходи спрямовані на зовнішнє середовище підприємства.

Серед ініціатив, які спрямовані на внутрішнє середовище, можна виділити наступні: підвищення продуктивності, поліпшення конкурентоспроможності, оптимізація витрат, реалізація стратегії подальшого розвитку, покращення іміджу, збільшення товарообігу та кількості споживачів.

Однак, в нашій державі КСВ має кілька стадій розвитку. Зазвичай все починається з благодійності /спонсорства. Компанію просять надати матеріальну допомогу. Та, на жаль, благодійність не веде до сталого розвитку. Усвідомивши це, компанії переходять на новий рівень — короткострокового партнерства (наприклад, річні проекти). І лише набагато пізніше бізнес приходить до висновку про необхідність побудови довгострокових стратегій розвитку територій, на яких здійснює свою діяльність.

Далі наведемо поширені практики впровадження КСВ в компаніях в Україні та представимо їх у табл. 1.

Дослідження Центру «Розвиток КСВ» у практиках відповідальності українського бізнесу, показало, що відповідальні практики і бізнес-етика стали основою розвитку багатьох вітчизняних компаній не стільки через те, що дані практики важливі для їхнього іміджу і репутації, але саме тому, що керівництво компаній усвідомлює відповідальність своєї економічної діяльності за розвиток людського потенціалу, а також збереження природної та культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Однак необхідно врахувати той факт, що КСВ-практики в українських реаліях реалізуються та розвиваються інакше, ніж на заході, що очевидно пояснюється інституційними особливостями країни. Так, наприклад, багато компа-

ній реалізують лише поодинокі проекти в сфері благодійності та спонсорства, при цьому лише невелика кількість компаній розвиває масштабні проекти.

Багато зарубіжних та вітчизняних науковців вважають, що вигоди для компаній, пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю безпосередньо неможливо виміряти і тому важко оцінити окупність соціальних інвестицій. В Україні цей процес ще більш ускладнюється в силу того, що більшість вітчизняних підприємств не розкривають інформацію про витрати на корпоративну соціальну відповідальність. Таким чином, компанії самостійно визначають ступінь свого внеску у розвиток суспільства та охорону навколишнього середовища, визначають перелік вимог та певних стандартів корпоративної соціальної відповідальності.

Відповідно до Глобального договору ООН рівень соціально відповідальної діяльності підприємств оцінюється за такими основними групами показників: економічна та екологічна результативності; результативність організації праці; результативність у сфері прав людини; результативність взаємодії з суспільством; результативність у сфері відповідальності за продукцію [7]. Наведені показники узагальнюються та опубліковуються на добровільних засадах у складі соціальної звітності підприємств, які приєдналися до Глобального договору ООН щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Варто зауважити, що класичне уявлення про поняття «корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)» передбачає баланс між трьома аспектами: економічними, екологічними та соціальними. На наш погляд, при цьому важливо врахувати як включення принципу відповідальності в стратегію та місію компаній, так і управління соціальними та екологічними ризиками, а також ефективну взаємодію з зацікавленими сторонами («стейкхолдерами»).

В результаті проведеного аналізу було прийнято рішення розробити модель соціальної та екологічної відповідальності бізнесу (далі по тексту – Модель), описати найбільш докладно її показники, а також представити методологію оцінювання відповідальності на основі показників Моделі.

Таблиця 1

### Поширені практики впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в компаніях в Україні

№ п/п	Поширені практики впровадження КСВ	Характеристика практик впровадження КСВ
1.	Екологічна відповідальність	Впровадження енергозберігаючих технологій та програми сортування й утилізації відходів. Третина опитаних компаній не здійснювала заходів із збереження довкілля
2.	Трудові відносини	Підвищення зарплати, виплата білої зарплати та премій. Майже половина компаній дає працівникам можливість працювати по гнучкому графіку роботи та проводить програми з підвищення професійного зростання
3.	Розвиток регіонів	Виділення коштів на благодійність та допомога у благоустрою території
4.	Відносини зі споживачами	Якість продукту компанії, правдива інформація та реклама, тренінги для персоналу з питань обслуговування споживачів, система управління скаргами та «гаряча лінія» (контакт-центр) для споживачів
5.	Антикорупційні практики	Понад третини компаній не надавали хабарі за вирішення бізнес проблем, і так ж їх частка готова віддати частку прибутку на ефективну боротьбу з корупцією

Джерело: складено автором на основі [6]

Так, в рамках даного дослідження автором розроблена модель соціальної та екологічної відповідальності бізнесу (SERB), яка складається з п'яти показників і представлена наступною формулою:

$$SERB = L + RM + St + Env + S,$$

де L – місія та стратегія (Legal base), RM – управління соціальними та екологічними ризиками (Risk management), St – взаємодія із зацікавленими сторонами (Stakeholders), Env – екологічна відповідальність компанії (Environment), S – соціальна відповідальність (Society).

П'ять основних показників Моделі передбачають ключові аспекти діяльності компаній, які прагнуть рости і розвиватися соціально та екологічно відповідально, тобто в рамках концепції сталого розвитку.

Далі розглянемо кожен з показників більш детально та наведемо їх коротку характеристику.

*Показник № 1. L – Місія та стратегія компанії*

Даний показник означає наявність важливості соціальної та екологічної відповідальності компанії при формуванні її місії і стратегічних цілей серед інших ключових аспектів діяльності, таких як, наприклад, зростання ресурсної бази, забезпечення максимального повернення інвестицій за новими проектами, максимізація продажів тощо.

Даний показник Моделі свідчить про важливість відповідальних практик для керівництва компанії.

*Показник № 2. RM – Управління соціальними та екологічними ризиками*

Даний показник означає управління соціальними та екологічними ризиками компанії нарівні з фінансовими, правовими та ін. Управління соціальними та екологічними ризиками – один з найважливіших показників моделі корпоративної соціальної та екологічної відповідальності, так як реалізація відповідальних практик неможлива без ефективно побудованої та функціонуючої системи управління ризиками (СУР).

*Показник № 3. St – Зацікавлені сторони/стейкхолдери*

Даний показник означає взаємодію із зацікавленими сторонами, їх ефективність, залучення зацікавлених сторін у діалог та отримання від них зворотного зв'язку. Зацікавлені сторони – це ті спільноти, організації або індивіди, які впли-

вають на діяльність компанії та на діяльність яких впливає компанія.

Існує Стандарт по взаємодії із зацікавленими сторонами AA1000 SES (Stakeholder Engagement Standard), який визначає правила і принципи роботи зі стейкхолдерами [8]. Варто пам'ятати, що ефективна взаємодія зі стейкхолдерами свідчить про високі стандарти відповідальності компанії.

*Показник № 4. Env – Екологічна відповідальність компанії*

Включає в себе всі можливі проекти компанії по мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище, до яких можуть відноситись такі, як: екологічний менеджмент, екологічний моніторинг, зниження викидів в атмосферу парникових газів і забруднюючих речовин, проекти з підвищення енергоефективності, зниження забору води з природних джерел та підвищення якості стічних вод, проекти зі збереження екосистем тощо.

*Показник № 5. S – Соціальна відповідальність компанії*

Цей показник передбачає всі можливі проекти компанії щодо мінімізації негативного впливу на місцеві спільноти регіонів присутності компанії, а також її працівників. До подібних проектів можна віднести такі, як: благодійність і спонсорство, охорона праці та промислова безпека, соціальні програми для працівників компанії, проекти з розвитку регіонів присутності, підтримка місцевих громад тощо.

Для того, щоб оцінити та проаналізувати соціальну та екологічну відповідальність бізнесу, за показниками Моделі нами була розроблена методика оцінювання, яку представимо далі.

Зважаючи на те, що частина компаній розкривають деякі показники запропонованої Моделі найбільш повно, а інші компанії висвітлюють їх лише в загальних рисах, тому якість розкриття інформації у щорічних звітах компаній будемо оцінювати у балах.

Враховуючи різницю у повноті розкриття інформації за тими чи іншими показниками у річній нефінансовій (соціальній) звітності компаній, у цілях найбільш адекватної оцінки розкриття інформації за показниками у звітах використовується наступна система оцінки якості розкриття інформації: кожному показнику присвоюється від 0 до 10 балів, в залежності від якості розкриття інформації, як показано нижче на рис. 1.

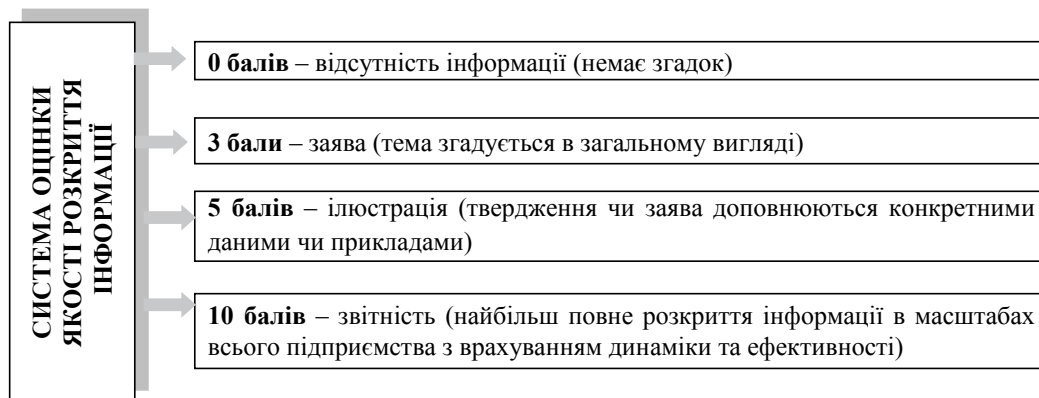


Рис. 1. Система оцінки якості розкриття інформації у нефінансовій (соціальній) звітності компаній за показниками Моделі

Джерело: складено автором

Таблиця 2

**Методика оцінювання соціальної та екологічної відповідальності бізнесу  
за показниками розробленої Моделі відповідальності (SERB),  
включаючи якісні та кількісні індикатори**

№ п/п	Показник	Якісні індикатори	Кількісні індикатори
<b>1</b>	<b>Місія та стратегія компанії (L)</b>		
	Місія компанії та її стратегічні цілі	Наявність заяви про важливість соціальної та екологічної відповідальності підприємства в описі його місії та стратегічних цілей <i>(Приклад: підприємство зобов'язується вести бізнес чесно і відповідально, турбується про працівників і бути лідером за ефективністю)</i>	Вказівка на цільові стратегічні значення: <i>зниження викидів на X%, навчання X співробітників, будівництво X квартир та ін.</i>
<b>2</b>	<b>Управління соціальними та екологічними ризиками (RM)</b>		
2.1	Система управління ризиками (СУР)	Наявність у звіті інформації про діючу на підприємстві систему управління ризиками (СУР) <i>(Приклад: опис процесу та системи ідентифікації, оцінки ризиків, управління ними, моніторингу ефективності даних заходів)</i>	Вказівка на: <i>кількість ідентифікованих ризиків, кількість проведених інтерв'ю за оцінкою ризиків, кількість значущих, помірних і незначних ризиків та ін.</i>
2.2.	Реєстр ключових ризиків підприємств	Уявлення у звіті реєстра ключових ризиків підприємства із зазначенням заходів з управління ними, які вживає підприємство <i>(Приклад: ризики, пов'язані з кадровими ресурсами. Заходи з управління ризиками: конкурентоспроможна винагорода, програми формування кадрового резерву, навчання та розвиток персоналу та ін.)</i>	В реєстрі ризиків вказівка на: <i>кількісну оцінку ризику (X млн грн), кількість подій (X шт.), кількість викидів в атмосферу (млн тонн) та ін.</i>
2.3	Соціальні та екологічні ризики	Наявність соціальних та екологічних ризиків в реєстрі ключових ризиків підприємств <i>(Приклад: екологічні ризики. Заходи щодо управління: забезпечення відповідності вимогам діючого екологічного законодавства шляхом інвестування істотних коштів в проведення природоохоронних заходів, включаючи застосування технологій, які забезпечують мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище та ін.)</i>	Вказівка на: <i>кількісну оцінку ризику (X млн грн), кількість подій (X шт.), кількість викидів в атмосферу (млн тонн), X навчених співробітників та ін.</i>
2.4	Карта ризиків	Наявність карти ризиків, в якій ризики розподілені за ймовірністю виникнення (низька, середня, висока) та масштабу збитку, що обчислюється в млн грн (низький, середній, високий збиток)	
<b>3</b>	<b>Зацікавлені сторони / стейкхолдери (St)</b>		
3.1	Ключові зацікавлені сторони	Наявність у звіті списку основних зацікавлених сторін підприємства. <i>(Приклад: акціонери та інвестори, органи державної влади, персонал, ділові партнери, постачальники та споживачі, місцеві спільноти та ін.)</i>	Для даного показника кількісні індикатори відсутні
3.2	Способи взаємодії із зацікавленими сторонами	Опис способів взаємодії із зацікавленими сторонами, механізмів зворотнього зв'язку, механізмів оцінки поточних потреб зацікавлених сторін <i>(Приклад: проведення зустрічей, громадські слухання, робота «гарячої лінії» для співробітників і споживачів, проведення конференцій та ін.)</i>	Вказівка на: <i>кількість проведених зустрічей, слухань, кількість звернень на «гарячу лінію», кількість учасників конференцій та ін.</i>
3.3	Оцінка ефективності взаємодії із зацікавленими сторонами	Опис механізмів оцінки ефективності реалізації соціальних та екологічних програм, направлених на покращення розвитку регіонів присутності підприємства, та підвищення якості взаємодії із зацікавленими сторонами <i>(Приклад: проведення круглих столів з представниками місцевих спільнот, опитування співробітників і споживачів та ін.)</i>	Вказівка на: <i>кількість проведених круглих столів, опитувань, результати опитувань, кількість задіяних в діалозі учасників та ін.</i>
<b>4</b>	<b>Екологічна відповідальність підприємства (Env)</b>		
4.1	Екологічний моніторинг та менеджмент	<i>Підхід до здійснення екологічної відповідальності. Опис проектів з екологічного моніторингу. Наявність сертифікації серії ISO 140000 (Екологічний менеджмент) та ін.</i>	Вказівка на: <i>Кількість реалізованих проектів в сфері екологічної відповідальності, кількість проведених екологічних аудитів, загальну суму витрат на екологічні проекти та ін.</i>

(Закінчення таблиці 2)

№ п/п	Показник	Якісні індикатори	Кількісні індикатори
4.2	Викиди в атмосферу і зміни клімату	<i>Опис проектів зі зниження викидів забруднюючих речовин в атмосферу Опис проектів зі зниження викидів парникових газів та ін.</i>	<i>Кількість і динаміка викидів забруднюючих речовин (млн тонн) Кількість і динаміка викидів парникових газів та ін.</i>
4.3	Енергоефективність	<i>Наявність сертифікації серії ISO 50001 (Система енергетичного менеджменту) Опис проектів з підвищення енергоефективності та ін.</i>	<i>Споживання енергії на підприємстві Динаміка енергоспоживання та ін.</i>
4.4	Використання води	<i>Опис проектів з водоочищення та ін.</i>	<i>Загальна кількість води, яка забирається Об'єм повторно використовуваної води Об'єм очищеної води та ін.</i>
4.5	Управління відходами	<i>Опис програм щодо утилізації відходів Опис технологій з повторного використання відходів та ін.</i>	<i>Загальна маса відходів Об'єм відходів, які віддають на переробку Об'єм повторно використаних відходів на підприємстві та ін.</i>
4.6	Збереження біологічного різноманіття та екосистем	<i>Опис проектів зі збереження біологічного різноманіття та екосистем</i>	<i>Сума витрат на програми зі збереження біологічного різноманіття та екосистем</i>
<b>5</b>	<b>Соціальна відповідальність підприємства (бізнесу) (S)</b>		
5.1	Благодійність та спонсорство	<i>Опис благодійних та спонсорських проектів і їх результатів та ін.</i>	<i>Обсяг інвестицій на благодійні та спонсорські проекти Кількість установ та організацій, які отримують інвестицій та ін.</i>
5.2	Охорона здоров'я та безпека праці	<i>Наявність сертифікації серії OHSAS 18000 (Менеджмент охорони здоров'я і забезпечення безпеки праці) Опис підходів до розвитку системи охорони здоров'я та безпеки праці та ін.</i>	<i>Кількість нещасних випадків Кількість проведених аудитів з техніки безпеки та поведінки на робочому місці Кількість виявлених виробничих ризиків, ризиків на робочому місці та ін.</i>
5.3	Соціальні програми для працівників компаній	<i>Опис підходу щодо підтримки працівників та членів їх родини Опис програм та проектів з підтримки працівників та ін.</i>	<i>Обсяг інвестицій на підтримку працівників та членів їх родини Середня заробітна плата працівників Кількість працівників, які пройшли навчання та курси підвищення кваліфікації Середньорічна кількість годин навчання та ін.</i>
5.4	Розвиток регіонів присутності, місцевих спільнот	<i>Опис підходу щодо підтримки місцевих спільнот і регіонів присутності Опис програм і проектів з підтримки місцевих спільнот і регіонів присутності та ін.</i>	<i>Обсяг інвестицій на підтримку місцевих спільнот Кількість побудованих шкіл і дитячих садків Кількість розподілених грантів Кількість підтриманих спортивних і культурних заходів та ін.</i>

Джерело: складено автором

Розроблена методика оцінювання дозволяє найбільш повно проаналізувати та охарактеризувати поточну діяльність підприємств в сфері соціальної та екологічної відповідальності, а також дозволяє зрозуміти, які аспекти діяльності є пріоритетними для підприємств при створенні суспільної цінності.

Методику оцінювання соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, а також якісні та кількісні індикатори для показників розробленої Моделі представимо у вигляді табл. 3.

Таким чином, в результаті аналізу інформації із публічних джерел інформації (річних звітів)

підприємств за вищевказаною системою оцінки якості розкриття інформації за показниками Моделі відповідальності та індикаторами можливо виділити підприємство – лідера відповідальності. У річних звітах може бути представлена інформація, яка відповідає як якісним, так і кількісним індикаторам. При виставленні балів згідно системи оцінки якості розкриття інформації високий бал за оцінкою «Звітність» може бути поставлений навіть у випадку розкриття виключно якісних чи виключно кількісних індикаторів, в даному випадку роль відіграє в цілому повнота та інформативність наданих даних.

**Висновки і пропозиції.** Проведене дослідження показало, що на сьогоднішній день широкодоступною інформаційною базою для аналізу діяльності підприємства у сфері соціальної та екологічної відповідальності слугує щорічний нефінансовий (соціальний) звіт. Саме в цьому документі зібрані основні результати реалізованих практик корпоративної соціальної відповідальності. В рамках даного дослідження автором була розроблена модель соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, яка складається з таких п'яти показників, як: місія та стратегія; управління соціальними та екологічними ризиками; взаємодія із зацікавленими сторонами; екологічна відповідальність компанії; соціальна

відповідальність. Крім того, було визначено повний перелік якісних та кількісних індикаторів для дослідження практик корпоративної соціальної відповідальності та оцінювання соціальної відповідальності бізнесу за показниками розробленої Моделі відповідальності. Проте, перш, ніж проводити оцінювання соціальної та екологічної відповідальності бізнесу, треба провести пілотажне дослідження з уточнення основних понять та практик корпоративної соціальної відповідальності українськими підприємствами. Оскільки від того, як керівництво організації розуміє принципи та прояви корпоративної соціальної відповідальності, залежить зміст та спрямованість практик її реалізації.

### Список літератури:

1. Україна посередині рейтингу в Доповіді ПРООН про стан людського розвитку за 2019 рік. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2019/ukraine-ranks-mid-table-in-undps-2019-human-development-report.html>
2. Развитие корпоративной социальной ответственности. URL: <http://csrjournal.com/razvitie-korporativnoy-socialnoj-otvetstvennosti-2>
3. Саприкіна М.А., Саєнсус М.А., Зінченко А.Г., Ляшенко О.М., Місько Г.А. (за наук. ред. Редькіна О.С.). Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник. Київ : Вид-во «Фарбований лист», 2011. 480 с.
4. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». URL: <http://csr-ukraine.org>
5. Практики КСВ в Україні 2019 / Під ред. Саприкіної М. Київ : Центр «Розвиток КСВ», 2019. 152 с.
6. Розвиток КСВ в Україні 2010-2018. URL: <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018/>
7. Глобальний договір ООН (Global Compact Network Ukraine). URL: <https://globalcompact.org.ua/>
8. AA1000 Stakeholder Engagement Standart 2015. URL: [https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES\\_2015.pdf](https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf)

### References:

1. Ukraina Poseredyni Reitynhu V Dopovidi PROON Pro Stan Liudskoho Rozvytku Za 2019 Rik [Ukraine is in the middle of the report PROON on the state of human development for 2019]. Available at: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2019/ukraine-ranks-mid-table-in-undps-2019-human-development-report.html> (accessed 20 April 2020).
2. Razvitie korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti [Development of Corporate Social Responsibility]. Available at: <http://csrjournal.com/razvitie-korporativnoy-socialnoj-otvetstvennosti-2> (accessed 24 April 2020).
3. Saprykina, M.A., Saiensus, M.A., Zinchenko, A.H., Liashenko, O.M., & Misko, H.A. (za nauk. red. Redkina O.S.) (2011). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: modeli ta upravlinska praktyka [Corporate Social Responsibility: Models and Management Practice]. Kyiv: Vyd-vo «Farbovani lyst», p. 480.
4. Ofitsiyniy sait Tsentru «Rozvytok korporativnoy sotsialnoy vidpovidalnosti» [Official site of the Center for Development of Corporate Social Responsibility]. Available at: <http://csr-ukraine.org> (accessed 30 April 2020).
5. Saprykina, M. (2019). Praktyky KSV v Ukraini 2019 [CSR practices in Ukraine 2019]. Kyiv: Tsentr «Rozvytok KSV», p. 152.
6. Rozvytok KSV v Ukraini 2010-2018 [Development of CSR in Ukraine 2010-2018]. Available at: <https://csr-ukraine.org/research/rozvitok-ksv-v-ukraini-2010-2018/> (accessed 29 April 2020).
7. Hlobalnyi dohovir OON [Global Compact Network Ukraine]. Available at: <https://globalcompact.org.ua/> (accessed 28 April 2020).
8. AA1000 Stakeholder Engagement Standart 2015. Available at: [https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES\\_2015.pdf](https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf) (accessed 30 April 2020).