

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

МЕЙ ФЕЙ

УДК 332.012.2:339.54:658

ДИСЕРТАЦІЯ
ОЦІНЮВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ПОГЛИБЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЄМ

Спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Мей Фей Мей ФЕЙ

Науковий керівник Станасюк Наталія Степанівна, д.е.н., професор

Львів – 2025

АНОТАЦІЯ

На теперішній час перед багатьма країнами, зокрема і перед Україною, гостро постає необхідність вирішення цілого комплексу проблем економічного, соціального, екологічного та іншого характеру. Досвід господарювання показує, що значну роль у вирішенні цих проблем можуть та повинні відігравати виробничі підприємства за наявності у них належного рівня корпоративної соціальної відповідальності. Управління формуванням цієї відповідальності потребує попереднього виділення головних чинників, які справляють вплив на таке формування, та з'ясування його механізму. При цьому необхідно враховувати і специфіку функціонування підприємств, зокрема обсяги, структуру та зміст їх зовнішньоекономічної діяльності. Таке врахування дасть змогу краще зрозуміти складні закономірності, які лежать в основі формування корпоративної соціальної відповідальності.

Метою дослідження є розроблення теоретичних положень та обґрунтування методико-прикладних рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Завданнями роботи є: розвинути теоретичні засади оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній у контексті провадження ними зовнішньоекономічної діяльності; розвинути механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності; розширити інструментарій оцінювання корпоративної соціальної відповідальності; удосконалити положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації; покращити метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств; розробити метод планування заходів,

спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Об'єктом дослідження є процеси оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Предметом дослідження виступають науково-методичні та прикладні положення з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Під час дослідження застосовувались методи: узагальнення (при розробленні теоретичних та прикладних засад оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності – розділ 1); системного аналізу (при оцінюванні компетентності власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації – підрозділ 2.3); економіко-математичного моделювання (для розроблення механізму планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності – підрозділ 3.2); абстрагування (при аналізуванні та оцінюванні корпоративної соціальної відповідальності підприємств – розділ 2); оптимізаційний (при розробці моделей оптимізації програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності – підрозділ 3.3).

Теоретичною та методологічною основою виконаного дослідження є законодавчі та нормативні акти України, а також наукові праці вітчизняних та іноземних авторів, матеріали державної та регіональної статистичної звітності, а також звітності підприємств, інтернет-ресурси.

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність теми даного дослідження, сформульовано його мету, завдання, об'єкт, предмет, описано наукову новизну та практичну значимість отриманих результатів.

У розділі 1 «Теоретичні та прикладні аспекти становлення корпоративної соціальної відповідальності» розглянуто сутність та значення корпоративної соціальної відповідальності; досліджено соціальну відповідальність бізнесу як складова частина його конкурентоспроможності в умовах розвитку українсько-китайського співробітництва; виокремлено чинники та механізми корпоративної соціальної відповідальності.

У розділі 2 «Комплексне економічне оцінювання корпоративної соціальної відповідальності українських та китайських підприємств» сформовано методичні основи оцінювання соціальної відповідальності бізнесу; проаналізовано тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності; оцінено сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності українських та китайських підприємств.

У розділі 3 «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм» встановлено вплив розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підвищення енергоефективності підприємств; розроблено методичні засади планування розвитку корпоративної соціальної відповідальності; визначено пріоритетні напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні теоретичних положень та обґрунтуванні методико-прикладних рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Розроблено метод планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм, який передбачає формування програми таких заходів на засадах їхнього ранжування за ступенем ефективності та вибору такої сукупності цих заходів, яка б забезпечувала достатній рівень цієї ефективності як для власників підприємств, що реалізують ці заходи, так і для

інших зацікавлених осіб, зокрема для найманих працівників, контрагентів (у тому числі – зарубіжних) та мешканців територіальних громад з урахуванням обмежень на наявні та можливі до залучення обсяги інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

Удосконалено інструментарій оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, який, на відміну від існуючого, передбачає реалізацію двох окремих напрямів такого оцінювання, а саме: суб'єктивованого, коли оцінювання КСВ виконує кожен бенефіціар (або кожна їхня група) у балах з урахуванням наперед встановленої їх максимальної величини, та об'єктивованого, коли оцінювання КСВ виконується із використанням формалізованим процедур, що не потребують висловлювання суб'єктивних оцінок, а також систематизацію показників зазначеного оцінювання за ступенем узагальненості, предметом оцінювання, конструкцією, розмірністю, врахуванням динаміки змін та іншими ознаками, що дає змогу виконати всебічне аналізування корпоративної соціальної відповідальності.

Покращено положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації, що, на порівняно із існуючими, передбачають побудову п'ятибальної шкали (дуже низький, низький, середній, високий та дуже високий рівні такої компетентності) та використання процедури зіставлення результатів такого оцінювання для двох вибірок підприємств, а саме – тих, які здійснюють, та тих, які не здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Удосконалено метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств, який, на противагу існуючим методам, базується на попередньому визначенні для кожного з досліджуваних підприємств рівня ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів, рівня наявних у власників, менеджерів та фахівців підприємства компетенції з питань управління цим забезпеченням та рівня

дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, оцінювання статистичної значимості залежності між цими змінними та зміною відносної енергоефективності діяльності підприємств у звітному періоді порівняно із базовим періодом з подальшим узагальненням отриманих результатів, яке передбачає формування масиву даних про величину впливу корпоративної соціальної відповідальності на відносну ефективність споживання підприємствами певного виду енергоресурсу та на частку операційного прибутку у величині операційних доходів підприємств.

Розвинуто теоретичні засади оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній у контексті провадження ними зовнішньоекономічної діяльності шляхом виокремлення у моделі формування конкурентоспроможності підприємств тих чинників, на які справляють вплив певні групи заходів із соціальної відповідальності бізнесу, з подальшою побудовою матриці взаємозв'язку між напрямками здійснення цих заходів та чинниками утворення конкурентних переваг компаній.

Отримав подальший розвиток механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності шляхом поділу чинників формування корпоративної соціальної відповідальності на дві групи, а саме – на: чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності, та чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити ці заходи, а також побудови ієрархії зазначених чинників.

Практичне значення результатів виконаної роботи полягає у наданні підприємствам, зокрема тим з них, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, обґрунтованих рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Усі наукові результати, викладені в дисертації, автором отримано особисто. З наукових праць, що опубліковані в співавторстві, у дисертації використано тільки ті ідеї і положення, які є результатом особистої роботи дисертанта.

Ключові слова: підприємство, корпоративна соціальна відповідальність, механізм формування, оцінювання соціальної відповідальності бізнесу, розвиток соціальної відповідальності бізнесу, енергозбереження, сталий розвиток.

ANNOTATION

At present, many countries, including Ukraine, are faced with an urgent need to solve a whole range of problems of an economic, social, environmental and other nature. Business experience shows that a significant role in solving these problems can and should be played by manufacturing enterprises if they have an appropriate level of corporate social responsibility. Managing the formation of this responsibility requires preliminary identification of the main factors that influence such formation and clarification of its mechanism. At the same time, it is necessary to take into account the specifics of the functioning of enterprises, in particular the volume, structure and content of their foreign economic activity. Such consideration will allow a better understanding of the complex patterns that underlie the formation of corporate social responsibility.

The purpose of the study is to develop theoretical provisions and substantiate methodological and applied recommendations for the assessment and development of corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China. The tasks of the work are: to develop theoretical principles for assessing the impact of corporate social responsibility on the competitiveness of companies in the context of their foreign economic activity; to develop a mechanism for forming corporate social responsibility of an enterprise – a subject of foreign economic activity; to expand the tools for assessing corporate social responsibility; to improve the provisions for assessing the competence of owners and managers of enterprises – subjects of foreign economic activity in matters of implementing corporate social responsibility measures and their inclination to such implementation; to improve the method for assessing the impact of the development of corporate social responsibility on the energy efficiency of enterprises; to develop a method for planning measures aimed at developing corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China.

The object of the study is the processes of assessing and developing corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China.

The subject of the study is scientific, methodological and applied provisions on the assessment and development of corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China.

The following methods were used during the study: generalization (when developing theoretical and applied principles for the assessment and development of corporate social responsibility – section 1); system analysis (when assessing the competence of owners and managers of enterprises in the implementation of corporate social responsibility measures and their inclination to such implementation – subsection 2.3); economic and mathematical modeling (for developing a mechanism for planning corporate social responsibility measures – subsection 3.2); abstraction (when analyzing and assessing corporate social responsibility of enterprises – section 2); optimization (when developing models for optimizing the program of corporate social responsibility measures – subsection 3.3).

The theoretical and methodological basis of the research is the legislative and regulatory acts of Ukraine, as well as scientific works of domestic and foreign authors, materials of state and regional statistical reporting, as well as reporting of enterprises, Internet resources.

The dissertation consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used and appendices.

The introduction substantiates the relevance of the topic of this study, formulates its goal, objectives, object, subject, describes the scientific novelty and practical significance of the results obtained.

Section 1 "Theoretical and applied aspects of the formation of corporate social responsibility" considers the essence and meaning of corporate social responsibility; investigates the social responsibility of business as a component of its competitiveness

in the conditions of the development of Ukrainian-Chinese cooperation; identifies the factors and mechanisms of corporate social responsibility.

In section 2 “Comprehensive economic assessment of corporate social responsibility of Ukrainian and Chinese enterprises” methodological foundations for assessing business social responsibility are formed; trends in the development of corporate social responsibility are analyzed; the current state of corporate social responsibility of Ukrainian and Chinese enterprises is assessed.

In section 3 “Development of corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China” the impact of the development of corporate social responsibility on increasing energy efficiency of enterprises is established; methodological principles for planning the development of corporate social responsibility are developed; priority areas for the development of corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China are identified.

The scientific novelty of the results obtained lies in the development of theoretical provisions and substantiation of methodological and applied recommendations for the assessment and development of corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China.

A method has been developed for planning measures aimed at developing corporate social responsibility in the context of deepening international cooperation between Ukraine and China, which involves forming a program of such measures on the basis of their ranking by the degree of effectiveness and choosing a set of these measures that would ensure a sufficient level of this effectiveness for both the owners of enterprises implementing these measures and other interested parties, in particular for employees, contractors (including foreign ones) and residents of territorial communities, taking into account the limitations on the available and possible volumes of investment resources required for the implementation of corporate social responsibility measures.

The corporate social responsibility assessment toolkit has been improved, which, unlike the existing one, provides for the implementation of two separate areas of such

assessment, namely: subjective, when CSR assessment is performed by each beneficiary (or each of their groups) in points taking into account their predetermined maximum value, and objectified, when CSR assessment is performed using formalized procedures that do not require the expression of subjective assessments, as well as systematization of the indicators of the specified assessment by the degree of generalization, subject of assessment, design, dimension, taking into account the dynamics of changes and other features, which makes it possible to perform a comprehensive analysis of corporate social responsibility.

The provisions on assessing the competence of owners and managers of enterprises engaged in foreign economic activity in matters of implementing corporate social responsibility measures and their propensity for such implementation have been improved, which, compared to the existing ones, provide for the construction of a five-point scale (very low, low, medium, high and very high levels of such competence) and the use of a procedure for comparing the results of such an assessment for two samples of enterprises, namely those that engage in and those that do not engage in foreign economic activity.

The method of assessing the impact of the development of corporate social responsibility on the energy efficiency of enterprises has been improved, which, in contrast to existing methods, is based on a preliminary determination for each of the studied enterprises of the level of resource provision for the implementation of energy-saving projects, the level of competence available to the owners, managers and specialists of the enterprise in matters of management of this provision, and the level of compliance by the owners and managers of enterprises with the concept of corporate social responsibility in the field of energy conservation, assessment of the statistical significance of the relationship between these variables and the change in the relative energy efficiency of enterprises in the reporting period compared to the base period with further generalization of the results obtained, which involves the formation of an array of data on the magnitude of the impact of corporate social responsibility on the relative

efficiency of consumption by enterprises of a certain type of energy resource and on the share of operating profit in the amount of operating income of enterprises.

Theoretical principles for assessing the impact of corporate social responsibility on the competitiveness of companies in the context of their foreign economic activity have been developed by identifying in the model of the formation of the competitiveness of enterprises those factors that are influenced by certain groups of measures on the social responsibility of business, with the subsequent construction of a matrix of the relationship between the areas of implementation of these measures and the factors of formation of competitive advantages of companies.

The mechanism for the formation of corporate social responsibility of an enterprise – a subject of foreign economic activity – has been further developed by dividing the factors of the formation of corporate social responsibility into two groups, namely: factors that ensure the implementation of measures on corporate social responsibility, and factors that determine the expediency for owners and managers of enterprises to carry out these measures, as well as building a hierarchy of these factors.

The practical significance of the results of the work performed lies in providing enterprises, in particular those of them that carry out foreign economic activity, with substantiated recommendations for the assessment and development of corporate social responsibility.

All scientific results presented in the dissertation were obtained by the author personally. From the scientific works published in co-authorship, the dissertation uses only those ideas and propositions that are the result of the personal work of the dissertation author.

Keywords: enterprise, corporate social responsibility, formation mechanism, assessment of business social responsibility, development of business social responsibility, energy saving, sustainable development.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Публікацій у фахових виданнях України

1. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Показники оцінювання та напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності за умов провадження зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 2 (2025). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-2-10680>. *(Особистий внесок здобувача: розроблено систему показників оцінювання та напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності та виділено напрями її розвитку за умов провадження зовнішньоекономічної діяльності)*.

2. Мей, Ф.: Чинники та механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Економіка та суспільство 66 (2024). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-75>.

3. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Принципи та послідовність планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 4(2), 90–96 (2024). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9787>. *(Особистий внесок здобувача: сформовано принципи та послідовність планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств)*.

4. Станасюк, Н., Мей, Ф.: Ключові характеристики корпоративної соціальної відповідальності та особливості її розвитку в Китаї. Економіка та суспільство 53 (2023). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-60>. *(Особистий внесок здобувача: виконано аналізування ключових характеристик корпоративної соціальної відповідальності та особливості її розвитку в Китаї)*.

5. Mei, F., Stanasiuk, N. S.: The need for a strategic approach to corporate social responsibility and methodological aspects of its implementation. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку 2(8), 112–120 (2022). *(Особистий внесок здобувача: розроблено методичні засади стратегічного планування корпоративної соціальної відповідальності)*.

Публікація у журналі, який індексується у базі Scopus

6. Mei, F., Stanasiuk, N., Vysochan, O., Yemelyanov, O., Hyk, V.: Corporate Social Responsibility as One of the Factors of Increasing Energy Efficiency: The Case of Energy Consumption at Industrial Companies of Ukraine. *Journal of Sustainability Research* 6(3) (2024). <https://doi.org/10.20900/jsr20240056>. *(Особистий внесок здобувача: проаналізовано вплив корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств).*

Публікації у матеріалах науково-практичних конференцій

7. Мей, Ф.: Модель формування оптимальної програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Theoretical and empirical scientific research: concept and trends. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference, Oxford, March 7, 2025. Oxford-Vinnytsia: P.C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, 17–20 (2025).

8. Мей, Ф.: Визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення співробітництва між Україною та Китаєм. Цифрове наукове суспільство: соціально-економічні, правові та міжнародні аспекти: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Дніпро, 28 лютого, 2025р. Міжнародний центр наукових досліджень. —Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 112–115 (2025).

9. Мей, Ф.: Групування факторів формування корпоративної соціальної відповідальності компаній, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. V International Scientific and Practical Conference «Theoretical and practical aspects of modern scientific research». Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ». January 24, 2025; Seoul, South Korea, 20–23 (2025).

10. Мей, Ф.: Основні етапи розроблення програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Рівне, 13 грудня, 2024р. Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця: ТОВ«УКРЛОГОС Груп», 128–131 (2024).

11. Мей, Ф.: Принципи планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. V International Scientific and Theoretical Conference «Scientific method: reality and future trends of researching». Collection of scientific papers «SCIENTIA». Zagreb, Croatia. December 13, 2024, 52–55 (2024).

12. Mei, F., Stanasiuk, N.: Assessment of corporate social responsibility using ESG indicators. Наукові тренди постіндустріального суспільства: матеріали IV Міжнародної наукової конференції, 31 березня 2023 р., Суми, Україна, 64–65 (2023). *(Особистий внесок здобувача: розглянуто теоретичні засади оцінювання корпоративної соціальної відповідальності за допомогою ESG – показників).*

13. Мей, Ф., Станасюк, Н. С.: Розвиток корпоративної соціальної відповідальності: досвід Китаю. Modern technologies of human development: abstracts of VIII International scientific and practical conference, November 06–08, 2023, Bordeaux, France, 73–74 (2023). *(Особистий внесок здобувача: проаналізовано досвід розвитку корпоративної соціальної відповідальності у Китаї).*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	18
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ.....	25
1.1. Сутність та значення корпоративної соціальної відповідальності.....	25
1.2. Соціальна відповідальність бізнесу як складова частина його конкурентоспроможності.....	35
1.3 Чинники, механізм формування та стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності.....	46
Висновки за розділом 1.....	58
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТА КИТАЙСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	60
2.1. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності бізнесу.....	60
2.2. Аналізування тенденцій розвитку та чинників формування корпоративної соціальної відповідальності.....	71
2.3. Сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності українських та китайських підприємств.....	83
Висновки за розділом 2.....	94
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЄМ.....	97
3.1. Вплив розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підвищення енергоефективності підприємств.....	97
3.2. Планування розвитку корпоративної соціальної відповідальності.....	116
3.3. Визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.....	127

Висновки за розділом 3.....	137
ВИСНОВКИ.....	140
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	143
ДОДАТКИ.....	164

.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Забезпечення сталого розвитку потребує досягнення низки різноманітних цілей. Особливо важливу роль при цьому повинні відігравати суб'єкти підприємництва, оскільки їхня діяльність справляє безпосередній вплив на переважну більшість економічних, соціальних, екологічних та інших індикаторів сталого розвитку. Необхідно, щоб цю обставину мали на увазі власники та менеджери підприємств, розробляючи та впроваджуючи стратегії та плани своєї діяльності. Одним з найбільш дієвих способів такого врахування є формування та реалізація заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, це стосується і компаній, які активно провадять зовнішньоекономічну діяльність. Водночас, керівники таких компаній будуть більш зацікавленими у здійсненні заходів з корпоративної соціальної відповідальності, якщо матимуть чітке уявлення про наслідки цих заходів, зокрема очікуваний економічний зиск від їхнього здійснення. Для цього необхідним є розроблення науково обґрунтованих теоретико-методичних засад оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Багатьма науковцями зазначається нагальна потреба у покращенні екологічної ситуації, зменшенні обсягів споживання енергоресурсів та підвищенні енергоефективності, зростанні соціальних стандартів тощо. Низка вчених розглядають розвиток корпоративної соціальної відповідальності як один з важливих інструментів вирішення перелічених завдань. При цьому питання планування, оцінювання та формування такої відповідальності розглядалися у значній кількості публікацій. Зокрема, значних результатів у вирішенні цих питань досягли такі науковці, як Д. Баюра, З. Двуліт, М. Деліні, Р. Зварич, О. Зінченко, І. Ігнатенко, В. Кужель, О. Кузьмін, Г. Лучко, Л. Марчук, С. Огінок, Н. Резнік, Л. Селіверстова, О. Сич, Н. Станасюк, Г. Тарасюк, Л. Чернобай та ін. Цими та іншими науковцями докладно проаналізовано сутність соціальної

відповідальності бізнесу, встановлено її різновиди та чинники впливу на неї, запропоновано ефективні інструменти оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, розроблено обґрунтовані механізми реалізації заходів з неї тощо. Водночас, питання визначення чинників та з'ясування механізму формування корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, на теперішній час не є остаточно вирішеним. Враховуючи актуальність цього питання, існує потреба в проведенні його подальших досліджень.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тема дисертаційної роботи відповідає темі науково-дослідної роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка» «Аналітика та розвиток міжнародної економічної діяльності: методи реалізації, адміністративні інструменти, інноваційно-інвестиційні результати» (номер державної реєстрації 0125U001352), за результатами виконання якої здобувачем розроблено метод планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм (акт про використання результатів дисертаційної роботи від 07.04.2025).

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження розроблення теоретичних положень та обґрунтування методико-прикладних рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Завданнями роботи є:

- розвинути теоретичні засади оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній у контексті провадження ними зовнішньоекономічної діяльності;
- розвинути механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності;

- розширити інструментарій оцінювання корпоративної соціальної відповідальності;
- удосконалити положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації;
- покращити метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств;
- розробити метод планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Об'єктом дослідження є процеси оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Предметом дослідження виступають науково-методичні та прикладні положення з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм.

Методи дослідження. Під час дослідження застосовувались методи: узагальнення (при розробленні теоретичних та прикладних засад оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності – розділ 1); системного аналізу (при оцінюванні компетентності власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації – підрозділ 2.3); економіко-математичного моделювання (для розроблення механізму планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності – підрозділ 3.2); абстрагування (при аналізуванні та оцінюванні корпоративної соціальної відповідальності підприємств – розділ 2); оптимізаційний (при розробці моделей оптимізації програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності – підрозділ 3.3).

Теоретичною та методологічною основою виконаного дослідження є законодавчі та нормативні акти України, а також наукові праці вітчизняних та іноземних авторів, матеріали державної та регіональної статистичної звітності, а також звітності підприємств, інтернет-ресурси.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні теоретичних положень та обґрунтуванні методико-прикладних рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Наукова новизна дисертації полягає у тому, що:

вперше:

– розроблено метод планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм, який передбачає формування програми таких заходів на засадах їхнього ранжування за ступенем ефективності та вибору такої сукупності цих заходів, яка б забезпечувала достатній рівень цієї ефективності як для власників підприємств, що реалізують ці заходи, так і для інших зацікавлених осіб, зокрема для найманих працівників, контрагентів (у тому числі – зарубіжних) та мешканців територіальних громад з урахуванням обмежень наявних та можливих до залучення обсяги інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності;

удосконалено:

– інструментарій оцінювання корпоративної соціальної відповідальності, який, на відміну від існуючого, передбачає реалізацію двох окремих напрямів такого оцінювання, а саме: суб'єктивованого, коли оцінювання КСВ виконує кожен бенефіціар (або кожна їхня група) у балах з урахуванням наперед встановленої їх максимальної величини, та об'єктивованого, коли оцінювання КСВ виконується із використанням формалізованих процедур, що не потребують висловлювання суб'єктивних оцінок, а також систематизацію показників зазначеного оцінювання за ступенем узагальненості, предметом оцінювання,

конструкцією, розмірністю, врахуванням динаміки змін та іншими ознаками, що дає змогу виконати всебічне аналізування корпоративної соціальної відповідальності;

– положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації, що, на порівняно із існуючими, передбачають побудову п'ятибальної шкали (дуже низький, низький, середній, високий та дуже високий рівні такої компетентності) та використання процедури зіставлення результатів такого оцінювання для двох вибірок підприємств, а саме – тих, які здійснюють, та тих, які не здійснюють зовнішньоекономічну діяльність;

– метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств, який, на противагу існуючим методам, базується на попередньому визначенні для кожного з досліджуваних підприємств рівня ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів, рівня наявних у власників, менеджерів та фахівців підприємства компетенції з питань управління цим забезпеченням та рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, оцінювання статистичної значимості залежності між цими змінними та зміною відносної енергоефективності діяльності підприємств у звітному періоді порівняно із базовим періодом з подальшим узагальненням отриманих результатів, яке передбачає формування масиву даних про величину впливу корпоративної соціальної відповідальності на відносну ефективність споживання підприємствами певного виду енергоресурсу та на частку операційного прибутку у величині операційних доходів підприємств;

отримали подальший розвиток:

– теоретичні засади оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компаній у контексті провадження

ними зовнішньоекономічної діяльності шляхом виокремлення у моделі формування конкурентоспроможності підприємств тих чинників, на які справляють вплив певні групи заходів із соціальної відповідальності бізнесу, з подальшою побудовою матриці взаємозв'язку між напрямками здійснення цих заходів та чинниками утворення конкурентних переваг компаній;

– механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності шляхом поділу чинників формування корпоративної соціальної відповідальності на дві групи, а саме – на: чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності, та чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити ці заходи, а також побудови ієрархії зазначених чинників.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення результатів виконаної роботи полягає у наданні підприємствам, зокрема тим з них, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, обґрунтованих рекомендацій з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Окремі результати виконаного дослідження було використано у практиці діяльності підприємства ПАТ «Нововолинський ливарний завод» (довідка № 25/211 від 31.03.2025) та у навчальному процесі Національного університету «Львівська політехніка» (довідка № 67-01-419 від 31.03.2025).

Особистий внесок здобувача. Усі наукові результати, викладені в дисертації, автором отримано особисто. З наукових праць, що опубліковані в співавторстві, у дисертації використано тільки ті ідеї і положення, які є результатом особистої роботи дисертанта.

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертаційної роботи розглянуто та схвалено на міжнародних науково-практичних конференціях: «Theoretical and empirical scientific research: concept and trends» (м. Оксфорд, 7 березня 2025 р.); «Цифрове наукове суспільство: соціально-економічні, правові та міжнародні аспекти» (м. Дніпро, 28 лютого 2025 р.);

«Theoretical and practical aspects of modern scientific research» (м. Сеул, 24 січня 2025 р.); «Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики» (м. Рівне, 13 грудня 2024 р.); «Scientific method: reality and future trends of researching» (м. Загреб, 13 грудня 2024 р.); «Наукові тренди постіндустріального суспільства» (м. Суми, 31 березня 2023 р.); «Modern technologies of human development» (м. Бордо, 6-8 листопада 2023 р.).

Публікації. За результатами досліджень опубліковано 13 наукових праць, серед яких: 5 статей у наукових фахових виданнях України, одна стаття, яка опублікована у журналі, який індексується у наукометричній базі Scopus, 7 тез доповідей на міжнародних науково-практичних конференціях. Загальний обсяг опублікованих праць – 4,68 друк. арк., з яких особисто автору належить 3,76 друк. арк.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Обсяг основного тексту становить 124 сторінки. Дисертаційна робота містить 39 таблиць, 9 рисунків, список використаних джерел із 164 найменувань та 4 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

1.1. Сутність та значення корпоративної соціальної відповідальності

Однією з найважливіших концепцій діяльності суб'єктів підприємництва є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Дана концепція формувалася впродовж кількох десятиліть, починаючи із середини двадцятого століття, поступово модифікуючись та проходячи кілька етапів свого розвитку [39]. Водночас, і дотепер як у вітчизняних, так і у зарубіжних науковців немає єдиної думки не лише сутності зазначеної концепції, але й і стосовно змісту самого поняття КСВ. Це зумовлено складністю, неоднозначністю та багатогранністю зазначеного явища. Більш того, навіть термін «відповідальність» не має однозначного трактування та може розглядатися у площині різних наукових дисциплін. Зокрема, цей термін часто вживається у філософії, праві, психології та інших науках. Наприклад, психологія розглядає відповідальність через призму різних форм контролю суб'єкта за власною діяльністю стосовно виконання ним прийнятих правил та норм.

Не дивлячись на різні підходи до трактування поняття «відповідальність», найбільш загальним його визначенням, яке подається у тлумачних словниках, є сукупність обов'язків, які беруть на себе особи щодо виконання певних функцій (дій). Зокрема, у тлумачному словнику [86] під відповідальністю розуміється покладений на когось або взятий на себе обов'язок відповідати за певну ділянку роботи, справу, за чийсь дії, вчинки, слова.

Звичайно, якщо є йде мова про відповідальність, то повинні виділятися, насамперед, дві категорії осіб, а саме: ті, що несуть на собі цю відповідальність, так і ті, перед ким вона береться. Оскільки у подальшому мова піде про суб'єкти підприємницької діяльності, то до першої групи осіб варто, передовсім, віднести їхніх власників та менеджерів. Стосовно ж осіб, перед якими суб'єкти

підприємницької діяльності несуть відповідальність, то до цих осіб варто віднести, насамперед, тих, з якими керівники зазначених суб'єктів вступають у господарські відносини. Такі особи можуть знаходитися як поза межами цих суб'єктів (постачальники, покупці, контролюючі органи, кредитні установи тощо), так і у середині суб'єктів підприємництва (наймані працівники).

У процесі взаємозв'язків із особами, віднесеними до другої групи, суб'єкти господарювання керуються різними нормами та правилами. Ці норми та правила можуть мати суттєво різний характер як за їхнім змістом, процедурами встановлення та мірами засудження (покарання) у разі їхнього порушення. Зокрема, можливо виділити норми моралі, правові, технічні та інші норми та правила. Окреме місце займають корпоративні норми та правила, які можуть та повинні містити у собі усі інші їхні різновиди. При цьому обов'язки щодо виконання корпоративних норм і зумовлюють такий феномен як КСВ.

Розглядаючи існуючі на теперішній час у науковій літературі підходи до трактування поняття КСВ, варто виділити три найголовніші з них, а саме (рис. 1.1):

- 1) поведінковий підхід, у рамках якого КСВ трактується як процес, що передбачає здійснення суб'єктами підприємництва певних дій;
- 2) характеристичний підхід, згідно якого КСВ описується як певна властивість (властивості) суб'єкта підприємницької діяльності;
- 3) інтегральний підхід. Даний підхід певною мірою об'єднує два попередні. При цьому способи такого поєднання, представлені у різних літературних джерелах, можуть відрізнятися. Зокрема, воно може відбуватися шляхом формулювання одного речення, в якому одночасно згадуються і поведінкові і характеристичні аспекти. Водночас, застосовується і опис сутності КСВ декількома реченнями.

При цьому наведені вище перші два підходи до трактування поняття КСВ, своєю чергою, містять низку більш часткових підходів стосовно такого трактування (табл. 1.1). Зокрема, можливо виділити такі підвиди поведінкового

підходу як реактивний та функціональний підходи. Перший розглядає КСВ як реакцію на потреби зацікавлених осіб. Водночас, функціональний підхід передбачає ототожнення КСВ з виконанням певних функцій.

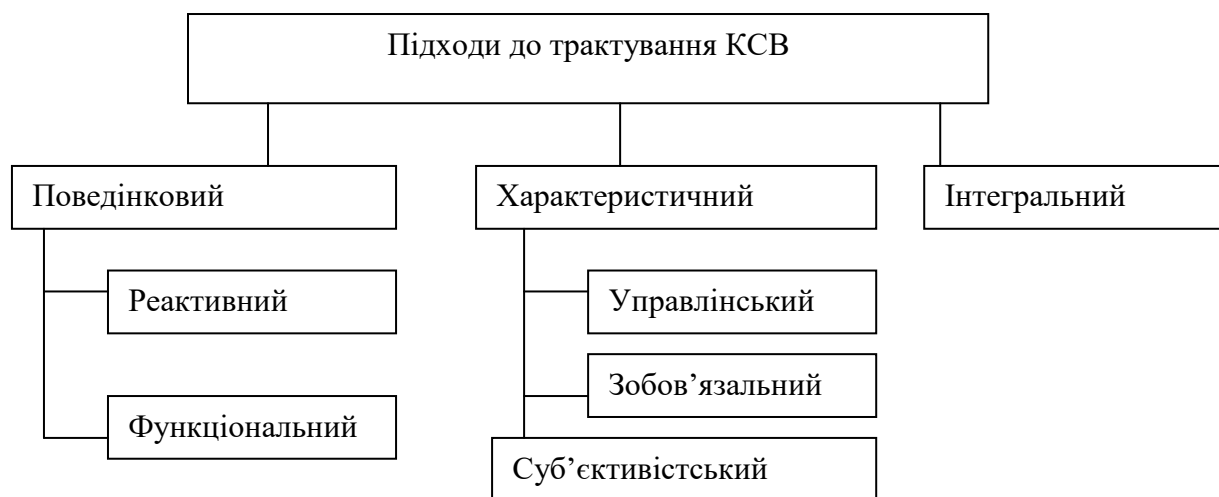


Рис. 1.1. Групування підходів до трактування КСВ

Примітка: виокремлено автором

Щодо характеристичного підходу, то він має три головні різновиди, а саме – управлінський (згідно якого КСВ описується як властивість (властивості) суб'єктів підприємницької діяльності щодо здійснення корпоративного управління); зобов'язальний (який ототожнює КСВ із певними зобов'язаннями суб'єктів підприємництва) та суб'єктивістський (який розглядає КСВ як певну позицію або певні уявлення власників та менеджерів компаній).

Якщо здійснити спробу поєднати більшість описаних вище підходів до трактування поняття КСВ, то можливим є таке трактування цього поняття: це норми та правила, імплементовані як обов'язкові у корпоративне управління суб'єктів підприємництва, виконання яких спрямоване на отримання від дій цих суб'єктів зацікавленими особами та суспільством у цілому позитивного та, з урахуванням фінансових та інших можливостей зазначених осіб, їхніх міркувань економічної доцільності, морально-етичних міркувань, почуттів приналежності до громади та суспільства загалом, якомога більшого обсягу економічного, соціального та екологічного ефектів.

Таблиця 1.1

Групування підходів до трактування поняття корпоративної соціальної
відповідальності

Назви підходів	Назви різновидів підходів	Приклади трактувань та посилання на джерела
1	2	3
Поведінковий	Реактивний	Підкреслює реакцію на соціальний тиск, відповідно, є відповіддю на потреби та очікування зацікавлених сторін, турботу про навколишнє середовище та соціальні потреби, що відображають її аспекти [134]
		Відповідь на соціальний тиск і, відповідно, реакцією на потреби та очікування зацікавлених сторін, занепокоєння щодо навколишнього середовища та соціальних потреб [159]
	Функціональний	Довгострокові дії, спрямовані на внутрішнє та зовнішнє середовище [117]
		КСВ розуміється як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу й суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного і мінімізації негативного впливу бізнесу на суспільство [112]
		Таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом [19]
		Це відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору та етичну поведінку, що: сприяє сталому розвитку, враховуючи здоров'я та добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін та відповідає діючому законодавству; узгоджується з міжнародними нормами поведінки та інтегрована в діяльність всієї організації [101]
		Відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору й етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та суспільному добробуту, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки [4]
		Дотримання обраного та прийнятого власниками, керівництвом та рядовим персоналом організації напрямку задоволення очікувань соціального середовища, що позитивно впливає на взаємовідносини організації із середовищем та покращує результати діяльності в цілому [52]
		Це інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств і їх взаємодія з зацікавленими сторонами на добровільній основі [40]

Продовження табл. 1.1

1	2	3
		Сприяння відповідальній діловій практиці, що дає вигоду бізнесу та суспільству і допомагає досягти соціального, економічного й екологічного сталого розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу [22]
Характеристичний	Управлінський	Форма саморегулювання, що відображає відповідальність бізнесу та його відданість справі сприяння добробуту суспільства за допомогою різних екологічних та соціальних заходів [130]
		Концепція управління, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції та взаємодію із зацікавленими сторонами. КСВ зазвичай розуміється як спосіб, за допомогою якого компанія досягає балансу економічних, екологічних та соціальних імперативів («підхід потрібного результату»), одночасно відповідаючи очікуванням акціонерів та зацікавлених сторін [149]
		Спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [18]
	Зобов'язальний Суб'єктивістський	Зобов'язання бізнесу робити свій внесок у сталий економічний розвиток, трудові відносини із працівниками, їх сім'ями, місцевою спільнотою і суспільством в цілому для поліпшення якості їх життя [45]
		Вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси [43]
		Етичне та відповідальне ставлення до зацікавлених сторін фірми [135]
		Філософське поняття, що визначає позицію компанії щодо своєї країни, суспільства, співробітників та навколишнього середовища. Сучасна компанія розуміє свою відповідальність і прагне стати компанією з „людяним обличчям” [64]
Інтегральний	-	Включає чотири складові: економічну, правову, етичну та філантропічні очікування, які суспільство має відносно організації [119]
		Виконання соціальних зобов'язань – відповідь на дію ринкових сил і правові обмеження, а також соціальна сприйнятливість, а саме здатність корпорації узгоджувати свою поведінку з потребами суспільства [152]
		Раціональний відгук організації на суперечливі очікування заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії. Це

Продовження табл. 1.1

1	2	3
		відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний вид соціальних зобов’язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, інститутами громадського суспільства і суспільством у цілому [40] Це імплементовані у корпоративне управління суб’єктів підприємництва як обов’язкові норми та правила, виконання яких спрямоване на забезпечення від дій цих суб’єктів отримання зацікавленими особами та суспільством у цілому позитивного та, з урахуванням фінансових та інших можливостей зазначених осіб, міркувань економічної доцільності, морально-етичних міркувань, почуттів приналежності до громади та суспільства загалом, якомога більшого обсягу економічного, соціального та екологічного ефектів [3]

Примітка: сформовано автором

Краще розуміння сутності КСВ дає розгляд її основних теорій та концепцій. Варто відмітити, що ці теорії те ж піддаються певному групуванню, про що свідчить низка наукових публікацій.

Так, у роботі [132] виконано аналізування основних теорій КСВ, що дало змогу виокремити чотири головні групи таких теорій. Першу групу утворюють інструментальні теорії, у якій компанія розглядається єдиним інструментом створення багатства, тоді як здійснювана нею соціальна діяльність досліджується у контексті досягнення економічних результатів. Водночас, до другої групи теорій КСВ належить група політичних теорій, що розглядають компанію як суб’єкт, який несе певну відповідальність щодо застосування свого впливу в політичному житті суспільства (зокрема, через підтримку асоціацій, створених для поширення культури, прав людини, трудових прав, прав жінок та боротьби з корупцією). Політичні теорії сприяють забезпеченню прозорості справжніх цінностей КСВ. Щодо третьої групи теорій КСВ, то до неї належать інтеграційні теорії. Дана група теорій КСВ будується, насамперед, на питанні задоволення соціальних й

етичних вимог. За таких умов соціальний розвиток компанії складається з підтримки нею благодійності та закладів, які нею опікуються (дитячих будинків, центрів для людей похилого віку, молодіжних організацій та спортивних заходів). Зрештою, четверта група теорій КСВ – це група етичних теорій, тобто теорій, засновані на етичному відгуку. Зазначені теорії описують сукупність можливостей, які компанії можуть надати суспільству. При цьому етична відповідальність відображається у корпоративному зобов'язанні дотримуватись етики суспільства.

Водночас, у праці [154] для пояснення практики КСВ в організаціях проаналізовано такі три основні теорії:

1. Теорія легітимності, що описує функціонування корпорації через призму забезпечення сприйняття нею КСВ як такої, що існує у рамках існуючих зв'язків та норм суспільства [124]. Теорія легітимності показує існування певного договору (суспільної угоди) між корпорацією та суспільством, який встановлює рамки функціонування відповідної корпорації, виходячи з існуючих норм суспільства чи відповідно до наявних у нього вимог. При цьому умови стосовно взаємодії між суспільством і бізнесом утворюються з певних юридичних вимог, тоді як очікування суспільства являють собою неявні умови. Щоб підтримати необхідний стан легітимності, корпорація повинна надати гарантію стосовно того, що зазначені умови не буде порушено. Теорія легітимності визначає взаємовідносини між суспільством та корпорацією загалом і виходить з того, що компанія має задовольняти суспільні очікування у повному обсязі, а не лише очікування окремих зацікавлених сторін. Згідно даної теорії для існування підприємств суспільство, в якому провадиться їхня діяльність, повинні сприймати будь-яку компанію як таку, що функціонує згідно системи цінностей, що є зіставимою із системою цінностей, які є притаманними суспільству. З урахуванням цього, теорія легітимності стверджує, що рівень легітимності компанії має першочергове значення з точки зору забезпечення її виживання в майбутньому.

2. Теорія зацікавлених сторін. Необхідно відзначити, що у праці [154] здійснюється розгляд різних груп зацікавлених сторін, що мають при цьому доволі різні, якщо не повністю суперечливі очікування. Тому згідно теорії зацікавлених сторін підприємство повинно відповідати низці очікувань різних груп зацікавлених сторін. Відповідно, виникає розуміння тих головних завдань підприємства стосовно зацікавлених сторін: 1) ці сторони повинні встановлювати з позиції однієї координаційної організації; 2) щоб досягти своєї мети, підприємства повинні ефективно керувати зацікавленими сторонами; 3) можливо виокремити різні категорії таких сторін і часто різним їх категорії притаманні конфліктуючі інтереси; 4) підприємство повинно мати можливість реалізовувати баланс конфліктуючих інтересів зацікавлених сторін як у зовнішньому середовищі, так і у внутрішньому; 5) існує тиск зацікавлених сторін на підприємство, оскільки ці сторони очікують чогось чи вони в чомусь зацікавлені; 6) спроможність тих чи інших зацікавлених сторін здійснювати тиск на підприємство залежить від наявних у них організаційних якостей; 7) підприємство несе як фінансову, так і екологічну та соціальну відповідальності перед заінтересованими сторонами. При цьому авторами праці [154] розглянуто також і управлінську та етичну перспективи розвитку теорії зацікавлених сторін.

3. Інституційна теорія. Дану теорію досліджує низка науковців. Так, з точки зору [118], інституційна теорія вивчає підприємства як діючі в рамках певних соціальних цінностей, норм та зрозумілих припущень стосовно того, що саме являє собою відповідну чи хоча б прийнятну економічну поведінку. Автори даної праці зазначають, що інституційний тиск відбувається разом з іншими силами, наприклад такими як ринковий чи конкурентний тиски, щоб справляти вплив на екологічну динаміку. Відповідно, компанії є нерозривно пов'язаними з динамічною системою економічних, екологічних та інституційних процесів, при цьому фірми реагують на тиск, що відбувається на них з боку інституційного середовища, та обирають відповідні структури (процедури), які у соціальному плані сприймаються результатом відповідного організаційного вибору. Загалом,

інституційна теорія особливий акцент робить на організаційних формах та встановленні причин наявності однорідних форм або характеристик у підприємств, які перебувають в «організаційному полі». Стосовно такого поля, то під ним розуміють ті організації, які утворюють площину інституційного життя (споживачі ресурсів та продуктів, ключові постачальники, регулюючі органи, підприємства, які створюють подібні послуги чи продукти) [154].

Становить інтерес і дослідження Е. Фрімен, який розглядав відносини між такими двома відомими концепціями бізнесу як теорія зацікавлених сторін та КСВ. Цей науковець дав визначення поняття зацікавлених сторін, а також довів, що КСВ обов'язково повинна відповідати поставленим ними цілям [129].

Останнє твердження є базисом для обґрунтування важливості КСВ для різних осіб та суспільства у цілому. При цьому варто відзначити зв'язок КСВ із напрямками сталого розвитку. Складна екологічна ситуація та обмеженість ресурсних можливостей світової економіки, що склалися в багатьох країнах та регіонах світу, істотно загострюють проблему досягнення такого розвитку. Для того, щоб вирішити цю проблему потрібно, серед іншого, усвідомлення власників та менеджерів компаній важливості КСВ. Тобто власники та менеджери повинні не тільки намагатися отримувати високі фінансові результати господарської діяльності, проте й забезпечувати одержання від її провадження екологічного, соціального та інших ефектів. Дані ефекти мають істотне значення з точки зору суспільства, зокрема персоналу підприємств та жителів територіальних громад. З цією метою підприємствам потрібно забезпечити провадження широкомасштабних програм заходів з КСВ.

Завдяки реалізації КСВ підприємництво робить внесок у вирішення певних Цілей сталого розвитку. Тому компанії, розробляючи свої програми КСВ, повинні орієнтуватися на 17 Цілей Сталого Розвитку ООН. Також дедалі більше КСВ пов'язується із ініціативами стосовно справедливості, розмаїття, інклюзії у робочому середовищі та недискримінації.

Орієнтування на сталий розвиток натеper стає важливим елементом бізнес-моделі тих підприємств, які бажають підтримати на належному рівні свою репутацію. У зв'язку з цим генеральний директор BlackRock Ларрі Фінк у своєму листі до CEOs зазначає, що зосередження на сталому розвитку відбувається не тому, що компаніями керують екологи, а тому, що їхні власники прагнуть довіри наших клієнтів, що, своєю чергою, вимагає розуміння процесу пристосування бізнесу компаній до масштабних змін, що відбуваються в економіці [99].

Важливою позитивною рисою, що є притаманна КСВ, є те, що зазначена відповідальність відображається у провадженні ціннісно-мотивованої діяльності. КСВ створює довгостроковий позитивний ефект, якщо компанії керуються почуттям відповідальності перед суспільними групами за результати своєї діяльності і прагненням зробити свій вклад у покращення світу. При цьому головними принципами, які якими керуються соціально відповідальні суб'єкти підприємництва у її взаємодії із стейкхолдерами, є довіра, чесність, прозорість тощо.

Не можливо не відзначити ту обставину, що КСВ впливає на інвестиційну привабливість компаній. Кожен інвестор, приймаючи рішення щодо купівлі пакетів акцій тієї чи іншої компанії, оцінює весь спектр ризиків, в тому числі і ризики екологічного та соціального характеру. Компанія може бути привабливою з погляду поточної прибутковості, проте нестійкою щодо здійснення екологічної та соціальної діяльності. Останнє негативно впливає на стійкість компанії в перспективі і є джерелом не фінансових ризиків. Аналіз КСВ активностей компанії дозволяє інтегрувати екологічні, соціальні та управлінські міркування в аналіз ризиків і бізнес-рішення [90].

Значущість КСВ зумовлена також і тим, що один із найважливіших стратегічних пріоритетів реалізації програм щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності є ведення бізнесу з урахуванням впливу на навколишнє середовище. Мінімізація негативного впливу на навколишнє

середовище в реалізації бізнес-інтересів, долучення до глобального процесу декарбонізації – невід’ємна складова КСВ компаній у всіх країнах [90].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність є важливим чинником забезпечення сталого розвитку, досягнення від здійснення підприємницької діяльності, поряд з економічними, також і відчутних соціальних та екологічних результатів.

1.2. Соціальна відповідальність бізнесу як складова частина його конкурентоспроможності

Окрім перелічених вище аспектів значущості КСВ, варто наголосити також на тому впливі, який справляє КСВ на процес забезпечення конкурентоспроможності бізнесу. Очевидно, що у сучасних умовах господарювання, коли на багатьох товарних ринках відбувається жорстка боротьба між виробниками продукції, підвищення ступеня конкурентоспроможності стає для суб’єктів підприємництва однією з вирішальних умов підтримання належної ефективності своєї господарської діяльності. Це зумовлено тим, що рівень конкурентоспроможності суб’єктів бізнесу у кінцевому рахунку відображається у частці ринків збуту продукції, яку ці суб’єкти займають.

Оскільки КСВ компаній справляє вплив на різноманітні господарські процеси, які відбуваються у цих компаніях, то і наявність впливу КСВ на їхню конкурентоспроможність видається теж цілком природною. Водночас, механізм цього впливу є доволі непростим. Його дослідження потребує, насамперед, виділення головних чинників, які справляють вплив на формування конкурентних переваг суб’єктів господарювання та виявлення ролі, яку відіграє у такому формуванні соціальна відповідальність бізнесу.

Необхідно відзначити, що питанням оцінювання та управління конкурентоспроможністю суб’єктів бізнесу присвячено значну кількість наукових

праць. Зокрема, зазначене питання розглядалося такими науковцями, як В. Бакай, О. Броницький, О. Бурлака, І. Багрова, О. Гамова, Н. Грицишин, Н. Євтушенко, Ю. Ємець, А. Кваско], Г. Крамарев, В. Лаготюк, А. Левицька, С. Легомінова, В. Лесинський, О. Нефедова, Л. Піддубна, О. Россіхіна, І. Сіменко, Б. Фіщук, М. Шеремет, О. Шуміло та ін. Зокрема, низкою науковців здійснено виділення ключових причин (сил), які зумовлюють конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва, та проведено групування цих причин (сил).

При цьому найбільш розповсюдженим є поділ причин, які зумовлюють конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, на внутрішні та зовнішні, тобто переважна більшість дослідників, насамперед, застосовує ознаку поділу зазначених причин за місцем їхнього походження. Зокрема, такий поділ здійснюється у праці [16]. Її автор Бурлака О.П. відносить до зовнішніх причин, які зумовлюють конкурентоспроможність фірм, інституціональні важелі (насамперед, мається на увазі державне регулювання економіки, зокрема податкова фінансова політика), існуючу сегментованість ринку, природнокліматичні умови, що є в наявності у відповідній місцевості, комунікативність даного суб'єкта бізнесу (мова йде про місце його розташування, що, зокрема, зумовлює віддаленість цього місця від транспортних магістралей, існуюча якість зв'язку та доріг у даному регіоні і т. д.), платоспроможність попиту на продукцію даного підприємства та ін. Водночас, до внутрішніх причин, які зумовлюють формування конкурентних переваг фірм, автором праці [16] віднесено їхні розміри, здійснювані ними диверсифікацію виробництва та спеціалізація, належна ефективність використання ними наявних у компанії факторів виробництва, якість реалізованої даними фірмами продукції тощо.

У науковій літературі наводяться і інші переліки зовнішніх та внутрішніх причин, які зумовлюють формування конкурентоспроможності фірм. Так, Шеремет М. В. та Соколенко В. Н. відносить до зовнішніх причин ті елементи системи виробництва, які впродовж усього виробничого процесу діють на формування переваг підприємств; активність їхніх конкурентів; параметри попиту

на продукцію даного підприємства (зокрема, його еластичність за ціною, фази життєвого циклу, наявний рівень вимогливості до якості продукції підприємств її потенційних споживачів і т. д.) тощо [17]. Щодо внутрішніх причин, то зазначені автори вважають, що вони переважно стосуються ефективності господарської діяльності, яка провадиться певними підприємствами (ринкової ефективності, екологічної ефективності, ефективності понесених витрат, ефективності системи менеджменту).

Фіщук Б. П. у своїй праці [96] ототожнює внутрішні причини, які зумовлюють формування конкурентоспроможності фірми, передовсім, із здійснюваною ними стратегічною діяльністю, яка, своєю чергою, справляє вплив на собівартість виготовлюваної фірмами продукції та на рівень якості даної продукції. Щодо зовнішніх причин, які зумовлюють формування конкурентоспроможності, то, на думку автора [96], до них належать ті, які створює ринок і, відповідно, якими компанії не здуті управляти і тому змушені пристосовуватися до них.

Цікаву схему поділу причин конкурентоспроможності бізнесу на внутрішні та зовнішні запропоновано у [12]. Зокрема, у цій праці до внутрішніх таких причин віднесено ті, які сприяють зниженню витрат на виготовлення продукції (обсяги виробництва продукції, її якість, ефективність використання ресурсів, зокрема рівень продуктивності праці, спеціалізації та диверсифікації). Стосовно зовнішніх причин, які зумовлюють конкурентоспроможність підприємств, то у [12] наводиться наступний їхній перелік: інституціональні важелі (державне регулювання), природнокліматичні умови, рівень сегментованості ринків, належна комунікативність, ступінь платоспроможності населення тощо.

Також заслуговує на увагу поділ причин, які зумовлюють конкурентоспроможність підприємств, на зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні), який виконано Л.І. Піддубною у [78]. До перших авторкою віднесені різноманітні міжнародні та національні чинники. Стосовно ендогенних факторів, то, на думку авторки, вони мають, насамперед, ресурсний характер (причини, що мають технічний, технологічний, фінансовий, організаційний, інтелектуальний,

товарний та просторовий характер). Крім того, у [78] ендогенні причини конкурентоспроможності диференціюються і за видами діяльності (інвестиційна, інноваційна, операційна тощо).

Досить детальне групування внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг наведено у [28]. Автор цієї праці поділяє перші на такі групи, як: ті, які визначають конкурентоспроможність продукції; ті, які визначають можливості увійти на ринок та доцільність цього входження; ті, які визначають можливості суб'єкта повністю задовольнити потреби споживачів; інші. Важливо відмітити, що до останньої групи чинників автор [28] відносить, зокрема, імідж підприємства. Водночас, стосовно причин, які зумовлюють конкурентоспроможність фірм та належать до зовнішнього середовища, то даний автор поділяє їх на макроекономічні та мікроекономічні, відносячи до останніх параметри попиту на продукцію та наявний на ринках рівень конкуренції.

Звичайно, групування причин, які зумовлюють формування конкурентоспроможності підприємств, представлені у сучасній літературі, не вичерпуються лише виокремленням внутрішніх та зовнішніх. Так, у роботі [17] подано поділ зазначених причин за сферою походження, характером, загальною тривалістю дії, ступенем взаємообумовленості та іншими ознаками. На окрему увагу заслуговує представлений у роботі [31] поділ зазначених причин за такою ознакою, як сфера виникнення конкурентної переваги. За цією ознакою виділяються природнокліматичні, технологічні, соціально-політичні, культурні та економічні причини. До останніх віднесено систему державного регулювання, стабільну податкову систему, достатність обсягів фінансування НДДКР, ефективну кредитно-фінансову систему країни, належну кваліфікацію кадрів.

Також варто виділити публікації, у яких автори розглядають складові конкурентоспроможності бізнесу. Так, у праці [61] наводиться три такі складові, а саме: безпека, конкурентна перевага та якість. Водночас, Багрова І. В. та Нефедова О. Г. у [5] виділяють такі складові конкурентоспроможності

підприємств, як: виробництво, виробничий потенціал, ресурси, управління, НДДКР, фінансування, маркетинг.

Крім того, доцільно звернути увагу на достатньо оригінальний підхід до групування причин, які зумовлюють конкурентоспроможність фірм, який у [81] запропонувала О. Є. Россіхіна, поділивши зазначені причини на три групи, а саме: техніко-економічного характеру (якість, ціна продукції, витрати), комерційного характеру (кон'юнктура ринку, сервіс, реклама, імідж фірми) та нормативно-правового характеру (вимоги технічної, екологічної та іншої безпеки застосування товару, а також патентно-правові вимоги).

Як можна побачити з проведеного огляду літературних джерел, присвячених виокремленню та групуванню причин, які зумовлюють формування конкурентоспроможності суб'єктів бізнесу, безпосередній розгляд КСВ як фактору формування конкурентних переваг компаній у проаналізованих схемах поділу зазначених причин на групи є практично відсутнім. Проте, це не означає, що дослідники, які вивчають різні аспекти КСВ, не розглядають цю відповідальність як важливу складову конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва. Навпаки, можливо виділити низку наукових праць, у яких такий розгляд здійснюється.

Зокрема, розглядають КСВ як конкурентну перевагу успішно функціонуючих компаній автори праці [34]. Ці науковці підкреслюють, що завдяки КСВ невиробничі витрати суб'єкта бізнесу справляють вельми позитивний вплив на зростання його ринкової вартості, оскільки таким чином збільшується величина колективного інтелектуального капіталу та гудвілу, а також підвищується рівень конкурентоспроможності продукції та послуг, що створюються (надаються) цим суб'єктом.

У роботі [13] зазначається, що КСВ регулюється близько 20 різноманітними стандартами, зокрема AA 1000 (Account Ability), GRI (Global Reporting Initiative), ISO 14000, SA 8000 (Соціальний захист), ISO 26000:2010 тощо. Тому, використовуючи міжнародні стандарти КСВ, компанії виокремлюють напрями

своїї соціально відповідальної діяльності та, відповідно, формують системи управління діяльністю щодо сталого розвитку. Це, своєю чергою, передбачає розробку стратегії стосовно взаємовідносин компаній із своїми стейкхолдерами, що позитивно впливає на підвищення їхньої конкурентоспроможності.

У праці [103] наводиться достатньо детальний перелік напрямів реалізації заходів з КСВ, які відіграють позитивну роль у підвищенні конкурентоспроможності фірм. Зокрема, до цих напрямів віднесені: реструктуризації та організаційні зміни за участю менеджменту й персоналу підприємств, громадських організацій; раціональна екологічна політика, покращання використання невідновних ресурсів; професійний розвиток; забезпечення здоров'я персоналу і належної безпеки на робочому місці; вирішення спільних із місцевими органами влади соціальних проблем; співпраця з покупцями та постачальниками; PR-забезпечення тощо.

Автори роботи [62] зазначають, що забезпечення конкурентоспроможності підприємства базується на застосуванні різних інструментів і одним з них слід вважати якраз соціальну відповідальність. Адже вона вирізняється тривалістю формування, узгодженістю суб'єктних рішень, відповідністю нормам і стандартам, постійним зовнішнім контролем та ін. Це ті ознаки, які дають змогу процесам, перебіг яких відбувається у компанії, забезпечувати її конкурентоспроможність [62].

Цікаво, що існують підходи, у яких конкурентоспроможність суб'єктів підприємництва частково розглядається як складова їх соціальної відповідальності. Зокрема, варто згадати схему «Алмаз соціальної відповідальності бізнесу», у вигляді якої експерти Світового банку представляють структуру соціальної відповідальності бізнесу. Згідно з даною схемою, СВБ складається з чотирьох головних елементів: норм права; регулювання, конкуренції, стандартів; додаткових інституціональних установ, пов'язаних з КСВ (зовнішнього середовища); внутрішньої корпоративної політики та структури (внутрішнього середовища) [10].

Водночас, потрібним є більш докладне дослідження механізмів впливу КСВ на конкурентоспроможність компаній. У цьому контексті становить інтерес дослідження, результати якого викладено у [57]. Зокрема, у цій роботі зазначається, що дотримання принципів КСВ дає змогу створити стійкий позитивний імідж підприємства і все частіше береться до уваги, коли укладаються контракти, отримуються кредити, відбувається взаємодія з органами влади. Внаслідок постійних пошуків і провадження можливостей стосовно покращання впливу підприємництва на середовище його функціонування, КСВ викликає зростання вартості наявних у суб'єктів бізнесу нематеріальних активів. Гарна репутація, своєю чергою, забезпечує збереження клієнтської бази, сприяє збільшенню темпів та часу росту компаній і їхньої прибутковості. При цьому хороший імідж компаній та їхньої продукції забезпечує лояльність клієнтів цих компаній. Завдяки збільшенню якості роботи, розкриттю інформації, підвищенню її прозорості і доступності, виконанню вимог стосовно соціальної відповідальності полегшується доступ виробника до капіталів потенційних інвесторів. Окрім того, впровадження КСВ має вплив і на розвиток інтелектуального капіталу. Все це зумовлює осяйний економічний результат, що відображається у підвищенні репутації, покращенні фінансових показників, рості продаж, підвищенні продуктивної праці, і як наслідок, зростанні конкурентоспроможності бізнесу [57].

Добрий імідж підприємств як важлива причина їхньої конкурентоспроможності, яка формується у процесі реалізації заходів з КСВ, зазначається і в інших наукових працях. Так, автори статті [54] відмічають, що стратегія КСВ одержує все більше розповсюдження в бізнес-просторі України. Досвід зарубіжних країн доводить, що репутація підприємств залежить не лише від їхньої рентабельності, але і від активності фірм у соціальній сфері. Якщо бізнес є соціально відповідальним, то він має конкурентні переваги. Тому все частіше компанії України інтегрують КСВ у стратегію свого корпоративного розвитку. Як наслідок автори розглянутої праці роблять висновок про те, що

соціальна відповідальність як система прояву взаємозв'язків між зацікавленими сторонами повинна бути належним чином інтегрованою в усі сфери діяльності підприємств, стати їхньою філософією і, як наслідок, органічно вписатися в довгострокову стратегію забезпечення підприємствами конкурентоспроможності [54].

Позитивний вплив, який справляє реалізація стратегії КСВ на репутацію підприємств, у контексті підвищення їхньої конкурентоспроможності розглядався і у праці [94], у якій, зокрема, зазначається, що за зростаючої глобалізації економічних процесів та посилення конкурентної боротьби стає цілком очевидно, що соціальна політика, яка провадиться корпораціями, впливає на їх позитивний імідж (що є складовою комерційного фактора) і на те, наскільки відповідає поведінка підприємств очікуванням владних структур та населення (нормативно-правовий фактор). Отже ця політика виступає як конкурентна перевага. Імідж соціально відповідальної фірми є особливо важливим для тих суб'єктів підприємництва, яким з урахуванням виробничої специфіки необхідним є висококваліфікований персонал вузького профілю, тобто для них є обмеженою пропозиція праці. Тоді програми соціальної відповідальності, які провадяться компаніями, стають їхніми конкурентними перевагами, які приваблюють найбільш творчих та інтелектуальних працівників, управління якими потребує ефективних нематеріальних стимулів. Інший важливий механізм впливу КСВ на конкурентоспроможність фірм, який описано у [94], полягає у тому, що покращання відносин з адміністративними структурами і різноманітними групами суспільства за рахунок провадження програм соціальної відповідальності являє собою найважливішу конкурентну перевагу. Соціально відповідальним компаніям легше одержати ліцензію і будь-які преференції, а співпраця з неурядовими організаціями типу «Торгово-промислова палата» або «Greenpeace» дає змогу впливати на оцінку діяльності цих компаній [94].

Таким чином, питання встановлення тієї ролі, яку відіграє КСВ у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва, розглянуто у

науковій літературі достатньо повно. Водночас, питання з'ясування місця, яке посідає КСВ серед складових конкурентоспроможності підприємств, на даний час не є вирішено повністю. Для цього потрібно, насамперед, побудувати модель формування конкурентних переваг підприємства, а потім визначити, які саме заходи з розвитку КСВ впливають на ті чи інші чинники такого формування.

Окрім того, потрібно відзначити, що КСВ є також і чинником глобальної конкурентоспроможності компаній. Найбільший внесок у розвиток КСВ традиційно роблять транснаціональні компанії. КСВ покращує шанси компаній при виході на зовнішні ринки, а прозорість діяльності, яка є елементом КСВ, підвищує довіру з боку іноземних партнерів. Найбільш активно просуvalи практики КСВ міжнародні компанії. У 2022 р. рейтинг соціально відповідальних компаній очолили: Rolex, Ferrari, Lego Group, Rolls-Royce, Mercedes-Benz, Harley-Davidson, The Bosch Group, PayPal, Netflix, Intel [88].

Враховуючи описані вище існуючі у літературі способи групування причин формування конкурентоспроможності компаній, видається доцільним побудувати модель такого формування, у якій здійснюється подвійний поділ складових конкурентоспроможності, а саме: за місцем виникнення (внутрішні та зовнішні) та за здатністю підприємства управляти ними (керовані та некеровані).

При цьому усі внутрішні складові варто віднести до керованих (рис. 1.2). Ці складові можливо поділити на чотири групи, а саме: складові, які визначають конкурентоспроможність продукції підприємства (зокрема, її якість та витрати на її виготовлення); складові, які визначають виробничі можливості підприємства (зокрема, якість та ефективність використання виробничих ресурсів); складові, які визначають його збутові можливості (зокрема, якість та ефективність використання ресурсів, які беруть участь у збутовій діяльності), та складові, які визначають фінансові можливості компанії (зокрема, можливості підприємства щодо отримання зовнішніх джерел фінансування своєї діяльності). При цьому між цими складовими існують певні взаємозв'язки.



Рис. 1.2. Складові конкурентоспроможності підприємства

Примітка: виокремлено автором

Стосовно зовнішніх складових конкурентоспроможності підприємства, то варто виділити чотири їхні групи, а саме: макроекономічні та природнокліматичні складові (належать до некерованих), параметри попиту на продукцію (є частково керованими, оскільки підприємство може збільшувати цей попит, наприклад, покращуючи якість продукції), рівень конкуренції на ринках (ця складова те ж є частково керованою, оскільки дії даного підприємства можуть впливати на поведінку його конкурентів), ставлення зацікавлених осіб до даного підприємства (ця група складових теж є керованою).

Склавши перелік груп можливих заходів з розвитку КСВ (цей перелік, звичайно, не є вичерпним), було встановлено, які з них мають потенційний вплив на ті чи інші складові конкурентоспроможності компаній (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Вплив заходів щодо КСВ на окремі складові конкурентоспроможності
підприємств

Групи заходів з КСВ	Витрати на виробництво	Якість продукції	Якість та ефективність використання ресурсів	Можливості підприємства щодо отримання зовнішніх джерел фінансування своєї діяльності	Ставлення зацікавлених осіб до даного підприємства
1. Заходи з підвищення енерго-ефективності	+		+		+
2. Заходи з підвищення екологічності продукції		+			+
3. Заходи з покращення умов праці та добробуту працівників			+		+
4. Заходи з професійного розвитку персоналу			+	+	+
5. Благодійна діяльність				+	+

Примітка: сформовано автором

Як випливає з даних, поданих у табл. 1.2, усі перелічені заходи справляють вплив на фактори, що визначають конкурентні переваги підприємств. При цьому найбільший вплив справляють заходи з розвитку КСВ на ставлення зацікавлених осіб до підприємств. Відзначимо, що це ставлення справляє опосередкований вплив і на інші чинники формування конкурентоспроможності. Отже, загалом, соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як невід’ємну та важливу складову частину його конкурентоспроможності.

1.3 Чинники, механізм формування та стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Як показує досвід підприємницької діяльності, ступень активності різних компаній у сфері КСВ може бути досить різним: деякі фірми активно займаються провадженням заходів з КСВ, тоді як інші взагалі не здійснюють таке провадження. У зв'язку з цим варто звернути увагу на твердження А. О. Харламової, яка, посилаючись на Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан і перспективи розвитку», зазначає, що «не всі українські компанії можуть впровадити корпоративну соціальну відповідальність у свій бізнес». Серед основних перешкод Харламова А.О. називає брак коштів; податковий тиск і недосконалість нормативно-правової бази; відсутність стимулів з боку держави (пільгові); відсутність власного досвіду, невідпрацьований механізм реалізації КСВ; неможливість контролю за використанням наданих коштів; відсутність інформації про позитивні приклади впровадження КСВ, організації, які могли б надати таку допомогу [98]. Ці висновки правильні з точки зору того часу, але більш ніж за 10 років світ змінився, і це, зокрема, проявляється в наступному:

- компанії розглядають витрати на соціальні та екологічні цілі як інвестиції, які покращують репутацію, зменшують нефінансові ризики та полегшують доступ до фінансування;

- сучасні компанії не очікують від держави жодних преференцій щодо впровадження КСВ, вони бачать у цьому декілька переваг, зокрема, репутаційних;

- у сфері просування КСВ та навчання у сфері сталого розвитку, підготовки нефінансової звітності з'явилися та успішно працюють різні організації, наприклад, Глобальний договір ООН, Центр розвитку КСВ в Україні, консалтинг. компанія FVgroup;

– є багато прикладів успішного впровадження КСВ, а дослідження міжнародних компаній доводять її позитивний вплив на результати діяльності компаній.

Водночас, активізація на підприємствах процесу впровадження програм та заходів з КСВ потребує попереднього встановлення ключових чинників, які впливають на формування КСВ. У сучасній науковій літературі існує низка публікацій, присвячених цьому питанню. Так, автори праці [48] здійснили поділ усіх чинників формування та розвитку соціальної відповідальності компанії на дві групи, а саме на: чинники дії (зокрема, до них відносяться податкова система та система державного управління; субсидії, винагороди, державні доплати тощо; утворення спеціальних фондів, різних інших накопичень тощо; здійснення волонтерської діяльності та проявлення приватної ініціативи; інші чинники), та також чинники забезпечення (зокрема, до них відносяться інвестиційна діяльність; розроблення механізмів стимулювання працівників стосовно їхнього залучення до вирішення соціальних проблем; утворення дієвих систем менеджменту; державно-приватне партнерство).

Водночас, у праці [36] пропонується такий перелік чинників, що сприяють розширенню КСВ:

1. Дія формальних інститутів (тобто законодавчих актів, міжнародних угод та ін.), які зобов'язують компанії приймати рішення в інтересах своїх стейкхолдерів.

2. Соціальні ризики, викликані несприятливою економічною, політичною й екологічною кон'юнктурою (зокрема стан ринку, обмеження або підтримка з боку держави, стабільність політичної влади, техногенні катастрофи, природні катаклізми та ін.).

3. Сприятливість подальших перспектив розвитку галузі, які вселяють власникам (керівникам) підприємства оптимізм, при чому цей настрій поділяють кредитори, інвестори, споживачі й інші зацікавлені особи.

4. Ділова репутація як обставина, яка діє як стимул уваги громадськості до тих подій, що трапляються в компанії. В розвинених країнах ділова репутація фірми (goodwill) є однією з найважливіших складових її нематеріальних активів, що дає змогу досягти з боку партнерів стратегічно важливої поведінки.

5. Громадська думка, яка формується оприлюдненням нефінансової звітності компанії, а також відображена й тиражована засобами масової інформації у формі оцінок економічної, соціальної та екологічної діяльності фірми [36].

На окрему увагу заслуговує групування факторів впливу на розвиток і поширення КСВ, яке подано у праці [22]. Згідно цього групування зазначені фактори пропонується поділити на внутрішні чинники даної компанії (насамперед, формування інтелектуального працівника, активне запровадження соціального партнерства, зміни внутрішньої фірмової поведінки персоналу, нарощення рівня креативності серед найманих працівників компанії тощо) та зовнішні чинники (передовсім, розвиток соціально-орієнтованої економіки, покращання іміджу компанії (зокрема завдяки проведенню різного роду благодійних заходів), забезпечення екологічної безпеки, створення екологічно чистої продукції тощо).

При цьому важливо не лише виділити фактори формування КСВ, але й дослідити механізм такого формування, який значною мірою відображається у взаємозв'язках між цими факторами. Так, деякими авторами механізми функціонування КСВ розглядаються через призму підвищення ефективності дії відповідних інструментів, тоді як іншими вченими акцентується увага на формуванні дієвого механізму використання системи КСВ як засобу забезпечення сталості підприємств [22]. Водночас, у праці [123] її автори розглядають механізм КСВ з позицій її концепції та управління нею з урахуванням значущості КСВ в глобальному контексті.

Не дивлячись на різні підходи, які існують у сучасній науковій літературі щодо групування чинників, які справляють вплив на КСВ, та особливостей функціонування механізму формування цієї відповідальності, загально прийнятим

є твердження про те, що КСВ як складне та багатогранне явище формується під впливом значної кількості різноманітних чинників. Ці чинники варто поділити на дві великі групи, а саме [71]:

1) чинники, які забезпечують реалізацію заходів з КСВ. Зазначені чинники, своєю чергою, можуть бути поділеними на такі основні підгрупи:

- наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ. Насамперед, це стосується обсягів людських, матеріальних, фінансових, інформаційних та інших ресурсів, які підприємства мають у своєму розпорядженні або які вони можуть залучити додаткового з метою реалізації заходів з КСВ;

- споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ. Маються на увазі ресурси, які є у розпорядженні підприємств або які вони можуть залучити додатково на припустимих для цих підприємств умовах. Для прикладу, до чинників, які належать до даної підгрупи, можна віднести актуальність, повноту та точність інформації, на підставі якої розробляються та реалізуються заходи з КСВ; рівень кваліфікації працівників, які безпосередньо задіяні у здійсненні цих заходів; величина позикового відсотка, за яким підприємства можуть узяти позики для фінансування заходів з КСВ, тощо;

- компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації. Ці чинники включають наявні в управлінських працівників знання та вміння щодо здійснення зазначених заходів, а також особисті уподобання власників та менеджерів;

- організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах. Насамперед, це стосується рівня пристосовуваності наявних на підприємствах організаційних структур управління до здійснення таких заходів;

2) чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити заходи з КСВ. Зазначені чинники, своєю чергою, можуть бути поділеними на такі основні підгрупи:

– чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ. Рівень зазначеної ефективності може визначатися, зокрема, прибутковістю інвестицій у здійснення цих заходів. За таких умов до чинників, які впливають на економічну ефективність заходів з КСВ, потрібно віднести фактори, які визначають величину фінансових результатів від провадження цих заходів, а також обсяги інвестиційних витрат, які необхідно понести підприємствам для того, щоб реалізувати ці заходи;

– чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ. До чинників цієї підгрупи належать, насамперед, фактори, що утворюють імідж суб'єктів підприємництва. Тоді опосередкованим економічним ефектом від реалізації на підприємствах заходів з КСВ виступатиме, зокрема, приріст ринкової вартості компаній внаслідок покращення їхнього іміджу, викликаний, своєю чергою, здійсненням зазначених заходів;

– чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ. До чинників цієї підгрупи належать, насамперед, очікувані покращення добробуту, умов праці, екологічної ситуації тощо внаслідок реалізації підприємствами заходів з КСВ (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Групування чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Групи чинників	Підгрупи чинників
Чинники, які забезпечують реалізацію заходів з КСВ	Наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ
	Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ
	Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації
	Організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах
Чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити заходи з КСВ	Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ
	Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ
	Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ

Джерело: запропоновано автором, опубліковано у [71]

Необхідно відзначити, що процес формування КСВ має ієрархічний характер. Це відображається у тому, що існують чинники нижчих рівнів, які справляють вплив на чинники названих вище двох груп. Одним з чинників більш низького рівня можуть виступати види діяльності, яку провадять підприємства. Зокрема, це стосується і такого виду діяльності компаній як зовнішньоекономічна діяльність. Її можливий вплив на формування КСВ варто відобразити у схематичному представленні механізму такого формування, як це наведено на рис. 1.3. При цьому зазначений механізм враховує ту обставину, що чинники, які забезпечують реалізацію заходів з КСВ, справляють вплив не лише на формування остаточного переліку таких заходів, але й на їх початкову сукупність. Зокрема, склад попереднього переліку можливих заходів з КСВ значною мірою залежить від компетентності управлінських працівників компанії щодо відбору цих заходів.



Рис. 1.3. Механізм формування КСВ

Джерело: розроблено автором, опубліковано у [71]

Важливою передумовою успішного розвитку КСВ компаній є розроблення та подальше впровадження науково обґрунтованих стратегій такого розвитку.

Необхідно відзначити, що наразі не існує універсального визначення змісту стратегії, що підтверджує складність, багатогранність і неоднозначність трактування цієї категорії. Класичним визначенням стратегії є її розуміння як загального напрямку дій, що визначають перспективний розвиток підприємства для досягнення конкурентних переваг і успіху. Стратегія підприємства – це ідеологія розвитку, якісна специфікація у вигляді орієнтирів і станів підприємства, послідовність дій для їх досягнення в рамках встановлених цілей [93].

Узагальнюючи погляди багатьох науковців, можна визначити стратегію як складову стратегічного управління та результат стратегічного планування, що дозволяє підприємству досягати поставлених цілей з найбільш повним використанням усіх складових його потенціалу, забезпечувати конкурентоспроможність і стійкість підприємства в мінливому середовищі.

Компанії поступово розуміють, що КСВ не варто ототожнювати з благодійністю, тим більше спонсорством. КСВ – це не поодинокі і нерегулярні події, це філософія суб'єктів господарювання, яка визначає їх бізнес-практики. Тому КСВ вимагає стратегічного підходу. У табл. 1.4 подано порівняльну характеристику стратегії благодійності та КСВ, а також приклади стратегічного підходу до КСВ.

Як бачимо, КСВ принципово відрізняється від благодійності, насамперед системним вирішенням соціальних проблем та включенням елементів КСВ в основну діяльність компанії. Важливо, що багато українських компаній використовують стратегічний підхід до КСВ та ініціюють досить масштабні проекти, які мають відчутний вплив на суспільство та тривалий ефект.

Якщо компанія діє на принципах КСВ, то вона:

Таблиця 1.4

Порівняльна характеристика благодійності та КСВ

Особливність	Благодійність	КСВ	Приклад стратегічного підходу до КСВ*
Стратегічність	Одноразова або короткострокова ініціатива, або довгострокова адресна допомога	Довготривала покрокова лінія поведінки для вирішення конкретної проблеми. Це може бути стратегія на найближчі 5-10 років, з чіткими проміжними цілями, масштабними та спрямованими на покращення життя регіону.	НІБУЛОН. В основі стратегії компанії лежить небайдуже ставлення до проблем громад, поступове та цілеспрямоване впровадження власних ініціатив у благодійну діяльність. Така наполегливість і послідовність спрямована не на швидкий результат, а на комплексну, докорінну зміну життя українців у різних сферах: освіта, охорона здоров'я, соціальна інфраструктура, охорона навколишнього середовища тощо.
Залучення	Можна здійснювати дистанційно: надається як безпосередньо тим, хто цього потребує, так і через благодійні організації та за посередництва благодійних організацій	Компанія бере участь у реалізації стратегії, яка покликана системно вирішувати певну існуючу в суспільстві проблему	АСТАРТА. Компанія працює над підвищенням цифрової грамотності в сільській місцевості. Запроваджено курс комп'ютерної грамотності для школярів та дорослих у сільській місцевості. WATSONS. Реалізує спецпроект «Янголи Watsons», який рятує дитячі серця. Компанія перераховує кошти на закупівлю крихітних імплантатів (оклюдерів), які допомагають дітям з хворобами серця уникнути складних «відкритих» операцій.
Цільове призначення	Адресна допомога конкретному суб'єкту - організації або особі, не втручаючись у встановлений порядок справ	Компанія системно вирішує існуючу в суспільстві проблему, тим самим змінюючи суспільство	ГУДВЕЛ. Проект Zerowaste (впровадження сучасної системи управління відходами). Створення програми та облаштування місць роздільного збору відходів, популяризація сортування відходів серед населення.
Системність	Разова дія, яка не вирішує глобальної проблеми і не вимагає структурних змін в організації	Відбуваються структурні зміни в організації: створюються відділи КСВ, формуються бригади та спеціальні фонди. Завдяки їм партнери можуть бути залучені до вирішення суспільно важливих завдань	МХП. У 2019 році створено Благодійний фонд «МХП – Громада», діяльність якого вже охопила території всіх підприємств МХП. Цільова аудиторія фонду – понад 200 тисяч жителів України. Місія фонду – розвиток громад шляхом побудови партнерства між громадами, владою та бізнесом.

Джерело: [144]

- мінімізує негативний вплив своєї діяльності на навколишнє середовище різними способами, від використання чистих ресурсозберігаючих технологій до впровадження «зеленого офісу»;
- інвестує в розвиток свого персоналу, приділяє значну увагу їхньому соціальному благополуччю;
- розуміє наявні проблеми громади на території присутності свого бізнесу та вживає заходів щодо їх подолання;
- визначає свої основні зацікавлені сторони, налагоджує з ними довгострокову взаємовигідну співпрацю на основі постійного діалогу;
- є прозорою та відкритою та регулярно звітує про свою КСВ.

Цілком очевидно, що такі підходи не можуть виникати спонтанно, вони потребують осмислення, відповідної організації, фінансової підтримки та відстеження результатів. Тобто стратегічний підхід, а конкретніше – формування стратегії КСВ.

Розробляються теоретико-методологічні аспекти формування та реалізації стратегії КСВ на рівні компанії. Українські вчені Колот А. М., Грішнова О. А., Герасименко О. О. у [38] характеризують бізнес-стратегію у сфері КСВ. Вони трактують його як «генеральну лінію поведінки організації в досягненні високого і найвищого ступеня соціальної відповідальності», яка «формується в залежності від рівня тиску стейкхолдерів і рівня зацікавленості організації». Залежно від поєднання цих компонентів науковці визначають такі види бізнес-стратегії у сфері КСВ – соціальне перешкоджання, соціальне реагування, соціальні зобов'язання, соціальний внесок [38].

Загалом, необхідно розрізняти поняття «бізнес-стратегія у сфері КСВ» та «стратегія КСВ», оскільки перша визначає підходи та особливості соціально відповідальної діяльності, а друга містить ще й ціннісні орієнтації, ресурсне та організаційне забезпечення, очікувані результати та є органічною частиною загальної корпоративної стратегії.

Зибарєва О. В. та Вербівська Л. В. не визначають стратегію КСВ компанії, але зазначають, що вона «визначає напрямок розвитку, який відрізняється від інших фірм, враховуючи наявні ресурси, навички, здібності та обмеження зовнішнього середовища», що вони підкреслюють, що стратегія КСВ не є універсальною для всіх суб'єктів господарювання [33]. Ми повністю поділяємо цю думку, оскільки соціальні ініціативи завжди відображають специфіку компанії, її галузь, а також масштаби діяльності.

Необхідність застосування стратегічних підходів до КСВ зумовлена також розвитком організаційного та документального забезпечення цього процесу для суб'єктів господарювання. Зокрема, на сучасному етапі корпоративна соціальна відповідальність відображена в міжнародних стандартах системи якості ISO.

При розробці стратегії КСВ вкрай важливо заручитися підтримкою топ-менеджерів. Саме керівники інституційного рівня є носіями ідей сталості та відповідальності, надихають інших ідеями служіння суспільним інтересам і своїм прикладом доводять, що можна зробити більше, ніж зазначено в посадових інструкціях.

У табл. 1.5 узагальнено основні етапи розробки стратегії КСВ. У першому випадку логіка розробки стратегії типова для стратегічного управління - від підготовчого етапу та дослідження середовища до оцінки ефективності та результативності стратегії КСВ. Важливо підсумовувати проміжні результати кожного етапу реалізації стратегії, оскільки КСВ дуже чутлива до змін зовнішнього середовища і залежить від багатьох факторів. У другому випадку розробка стратегії більшою мірою враховує особливості КСВ. Ми поділяємо думку автора, що в даному контексті корисно використовувати Balanced Scorecard (BSC) та формування стратегічної карти. Основна мета Balanced Scorecard – забезпечити розробку показників і контролювати виконання стратегії. Завдяки використанню BSC менеджери мають можливість переходити від формулювання стратегії до конкретних числових показників і назад. Крім того, загальноприйняті чотири модулі (клієнти, внутрішні бізнес-процеси, розвиток і навчання персоналу,

Таблиця 1.5

Формування стратегії КСВ

<i>Глєбова А.А., Маховка В.М. [21]</i>	<i>Білан О.С. [25]</i>	<i>Авторська розробка</i>
<i>Особливість: розробка стратегії КСВ максимально відповідає загальноприйнятому алгоритму</i>	<i>Особливість: акцент зроблено на організаційно-методологічних аспектах розробки стратегії КСВ</i>	<i>Особливість: максимальне врахування особливостей КСВ як виду діяльності</i>
1. Проведення аналітичної роботи. 2. Визначення стратегічних альтернатив розвитку. 3. Формування комплексу критеріїв оцінки якості та ефективності реалізації програм, напрямів, проектів. 4. Оцінка та вибір оптимальної стратегії розвитку КСВ. 5. Офіційне документування обраної стратегії КСВ та призначення осіб, відповідальних за її впровадження та досягнення запланованих результатів і розроблених показників ефективності. 6. Реалізація заходів цільових програм КСВ, затверджених стратегією. 7. Підведення проміжних підсумків кожного етапу реалізації стратегії та оцінка результатів виконання цільових програм з внесенням необхідних коректив з урахуванням змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства. 8. Підготовка, подання та публікація звітів про впровадження КСВ. 9. Оцінка ефективності та результативності стратегії КСВ. Методологічною основою оцінки ефективності КСВ є міжнародні стандарти	1. Створення робочої групи. 2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. 3. Визначення стратегічних альтернатив розвитку (розробка сценаріїв розвитку КСВ на підприємстві). 4. Побудова системи збалансованих показників. 5. Формування стратегічної карти підприємства. На цьому етапі відбувається горизонтальна інтеграція цілей. 6. Організаційно-управлінські перетворення. Цей етап характеризується зміною організаційної структури підприємства. 7. Розробка та затвердження плану реалізації. 8. Розробка та затвердження системи контроль за реалізацією заходів стратегії КСВ	1. Оцінка впливу діяльності компанії на навколишнє середовище та аналіз її внутрішніх бізнес-процесів. Вибір конкретних Цілей сталого розвитку, над досягненням яких працюватиме компанія. 2. Виявлення основних стейкхолдерів компанії та їх груп, визначення їхніх інтересів та планування форм співпраці з ними. 3. Вибір пріоритетних напрямків КСВ, формування проектів і програм, конкретизація заходів КСВ. 4. Організаційне забезпечення, розподіл обов'язків та відповідальності між виконавцями та фахівцями, залученими до реалізації діяльності з КСВ. 5. Ресурсне забезпечення реалізації стратегії КСВ, бюджетування її реалізації та узгодження бюджетних показників. 6. Формування нефінансового звіту за обраною формою (стандартом), подання, його оприлюднення. 7. Відстеження результатів реалізації стратегії КСВ, вибір індикаторів і критеріїв (внутрішніх і зовнішніх), за якими буде оцінюватися ефективність реалізації стратегії КСВ, необхідність її коригування.

Джерело: сформовано автором за даними [21, 25]

фінанси) підприємства можуть самостійно розширювати, наприклад, застосовувати також модуль «соціальна сфера» або «екологічна сфера».

Авторський підхід до розробки стратегії КСВ базується на тому, що КСВ має бути пов'язана із зусиллями компанії, спрямованими на досягнення конкретних Цілей сталого розвитку. Це відповідає сучасним реаліям і допомагає при складанні нефінансового звіту. Обрані Цілі сталого розвитку та КСВ зазвичай враховують специфіку основного бізнесу компанії. Наприклад, агропідприємства активно співпрацюють із громадами, в яких працюють, ІТ-компанії впроваджують заходи, пов'язані з цифровими сервісами та комп'ютерною грамотністю. Це сприяє широкому залученню співробітників компанії до діяльності з КСВ. А такі напрямки як розвиток персоналу, створення комфортних умов праці, соціальний пакет для співробітників є універсальними для всіх компаній.

Також стратегія КСВ повинна бути орієнтована на узгодження інтересів компанії з її внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами. Співпраця між ними має бути не одноразовою чи спонтанною, а будуватися на довгостроковій основі.

Реалізація стратегії КСВ та всіх запланованих заходів потребує відповідного організаційного та ресурсного забезпечення. Поширеною практикою є створення в компанії посади спеціаліста зі сталого розвитку або фахівця з КСВ, рідше – створюється окремий функціональний підрозділ. Ресурси діяльності з КСВ повинні передбачатися в довгострокових фінансових планах і через консолідацію бюджетних показників узгоджуватися з іншими стратегічними напрямками роботи компанії. Наприклад, Стратегія КСВ Укргідроенерго [145], сформована у 2018 році, узгоджується зі стратегічними цілями та пріоритетами Укргідроенерго та реалізується її місією. У вступі до документу зазначено: «Стратегія КСВ Укргідроенерго спрямована на добровільну інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у виробничо-господарську діяльність підприємства та їх реалізацію у співпраці із зацікавленими сторонами». Стратегія КСВ охоплює всю діяльність Укргідроенерго, а не є окремим напрямком, а це означає, що компанія несе відповідальність за вплив своїх рішень і результатів на суспільство та довкілля.

Висновки за розділом 1

1. Якщо здійснити спробу поєднати більшість існуючих підходів до трактування поняття КСВ, то можливим є таке трактування цього поняття: це норми та правила, імплементовані як обов'язкові у корпоративне управління суб'єктів підприємництва, виконання яких спрямоване на отримання від дій цих суб'єктів зацікавленими особами та суспільством у цілому позитивного та, з урахуванням фінансових та інших можливостей зазначених осіб, їхніх міркувань економічної доцільності, морально-етичних міркувань, почуттів приналежності до громади та суспільства загалом, якомога більшого обсягу економічного, соціального та екологічного ефектів.

2. Значущість КСВ зумовлена, серед іншого, тим, що один із найважливіших стратегічних пріоритетів реалізації програм щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності є ведення бізнесу з урахуванням впливу на навколишнє середовище. Мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище в реалізації бізнес-інтересів, долучення до глобального процесу декарбонізації – невід'ємна складова КСВ компаній у всіх країнах. Отже, корпоративна соціальна відповідальність є важливим чинником забезпечення сталого розвитку, досягнення від здійснення підприємницької діяльності, поряд з економічними, також і відчутних соціальних та екологічних результатів.

3. Варто наголосити на тому впливі, який справляє КСВ на процес забезпечення конкурентоспроможності бізнесу. Очевидно, що у сучасних умовах господарювання, коли на багатьох товарних ринках відбувається жорстка боротьба між виробниками продукції, підвищення ступеня конкурентоспроможності стає для суб'єктів підприємництва однією з вирішальних умов підтримання належної ефективності своєї господарської діяльності. Це зумовлено тим, що рівень конкурентоспроможності суб'єктів бізнесу у кінцевому рахунку відображається у частці ринків збуту продукції, яку ці суб'єкти займають. Як показало проведене у цьому розділі роботи дослідження,

усі розглянуті заходи з КСВ справляють вплив на фактори, що визначають конкурентні переваги підприємств. При цьому найбільший вплив справляють заходи з розвитку КСВ на ставлення зацікавлених осіб до підприємств. Відзначимо, що це ставлення справляє опосередкований вплив і на інші чинники формування конкурентоспроможності. Отже, загалом, соціальну відповідальність бізнесу варто розглядати як невід'ємну та важливу складову частину його конкурентоспроможності.

4. Не дивлячись на різні підходи, які існують у сучасній науковій літературі щодо групування чинників, які справляють вплив на КСВ, та особливостей функціонування механізму формування цієї відповідальності, загально прийнятим є твердження про те, що КСВ як складне та багатогранне явище формується під впливом значної кількості різноманітних чинників. Ці чинники варто поділити на дві великі групи, а саме: 1) чинники, які забезпечують реалізацію заходів з КСВ (наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ; споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ; компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації; організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах); 2) чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити заходи з КСВ (чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ; чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ; чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ).

Основні результати виконаного дослідження, наведені у цьому розділі, було опубліковано в авторських працях [67, 71, 90, 144].

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТА КИТАЙСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

2.1. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності бізнесу

Здійснення програм заходів з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) повинно базуватися на попередньому оцінюванні наявного рівня цієї відповідальності та встановленні перспективних напрямів її подальшого розвитку. Зокрема, це стосується і тих суб'єктів підприємництва, які провадять зовнішньоекономічну діяльність і для яких соціальна корпоративна відповідальність може розглядатися як чинник підвищення ділової привабливості для іноземних контрагентів [88].

При цьому методичні засади оцінювання КСВ повинні, зокрема, враховувати такі особливості, що є притаманними цій відповідальності [90]:

1) КСВ має свої особливості у різних країнах і регіонах світу, що вилилося у формування різних моделей КСВ. В основі тої чи іншої моделі лежать особливості і сила державного регулюючого впливу на дану сферу. Найбільш чітко окреслені європейська (континентальна), американська та японська моделі КСВ. В країнах Азії специфіка КСВ визначається традиціями, культурою, геополітичним становищем та особливостями корпоративних відносин тієї чи іншої країни регіону;

2) КСВ все більше піддається державному регулюючому впливу. Важливим трендом розвитку КСВ є посилення вимог щодо її обов'язковості. Це робиться непрямо, опосередковано, через закріплення вимог про обов'язковість компаній оприлюднювати свою нефінансову звітність;

3) практична реалізація КСВ є у достатній мірі уніфікованою. З початку 90-х років XX ст. міжнародні організації (Світовий банк, Європейський банк реконструкції й розвитку, Міжнародна фінансова корпорація, Організація

економічного співробітництва й розвитку та ін.) ведуть активну кампанію, спрямовану на розроблення й впровадження міжнародних стандартів КСВ, загальноприйнятих правил та норм поведінки у даній сфері. Спроби сформувавши універсальну концепцію КСВ знайшли відображення у стандарті ISO 26000. Популяризації та поширенню стандартів КСВ у світовій практиці сприяє членство у Глобальному Договорі ООН;

4) процес оцінювання ефективності КСВ стикається із значними методологічними труднощами. Враховуючи складність вимірювання соціальних та екологічних ефектів, проблема оцінювання ефективності КСВ для конкретної компанії залишається невирішеною. За словами К. Шваба, результати діяльності зацікавлених сторін не так легко виміряти, як фінансові показники компаній, які зазвичай використовують добре встановлені системи бухгалтерського обліку. Однак ми не повинні забувати, що для розробки порівнянних стандартів бухгалтерського обліку знадобилися десятиліття, і що сьогодні ми все ще маємо кілька стандартів (GAAP, IFRS, FASB тощо), а єдиної глобальної системи бухгалтерського обліку ще не існує. Багато компаній і організацій починають дотримуватись стандартів ESG, таких як GRI, TCFD і SASB, а Всесвітній економічний форум у партнерстві з PwC, EY, KPMG і Deloitte розробив власний набір показників [126];

5) КСВ реалізується у трьох вимірниках – екологічному, соціальному й управлінському (ESG). Згідно з підходом американського економіста Дж. Елкінгтона, будь-яке підприємство несе економічну, екологічну та соціальну відповідальність перед суспільством, забезпечуючи цим свою життєздатність. За словами Даніеля Чжана, голови і генерального директора Alibaba Group та Cloud Intelligence Group, – «Деякі речі ніколи не зміняться, і це наше зобов'язання перед ESG. ESG є механізмом управління та ціннісним зв'язком між Alibaba Group та основними бізнес-групами і різними підприємствами, допомагаючи Alibaba й надалі залишатися «хорошою компанією» та лідером у сфері сталого розвитку» [110];

Загалом, зростання важливості ESG – показників компаній та ESG підходів до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності є основною зміною, яка відбулася за останнє десятиліття у методології оцінювання соціальної відповідальності бізнесу. Одним із перших, хто сформулював ESG-принципи був колишній генеральний секретар ООН Кофі Аннан, який запропонував провідним світовим компаніям включити ці індикатори до своїх стратегій, з акцентом на боротьбу зі зміною клімату [88]. Однак на даний час єдиного підходу до переліку ESG-показників немає. У табл. 2.1 узагальнено основні ESG-показники та їх використання для оцінювання рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця 2.1

Типологія ESG-показників

Види		
Екологічні	Соціальні	Управлінські
• кліматичні зміни та вуглецеві викиди; • використання природних ресурсів та управління енергетичними та водними ресурсами; • забруднення та відходи; • екодизайн та інновації	• здоров'я працівників та безпека, різноманітність та розвиток працівників; • відповідальність перед клієнтами за якість товарів; • відносини з громадою та благодійність	• права акціонерів; • склад правління (незалежність та різноманітність); • політика щодо винагород менеджменту; • шахрайство та хабарництво
використання		
оцінюють вплив компанії на природну екосистему, що охоплює викиди (наприклад, парникові гази), ефективне використання природних ресурсів у виробничому процесі (наприклад, з погляду енергетичних, водних ресурсів або матеріалів), забруднення та відходи (наприклад, розливи енергоресурсів) та інноваційні дії щодо екодизайну своєї продукції.	визначаються зв'язки компанії з працівниками, клієнтами та суспільством. Це включає забезпечення відданості працівників (наприклад, якість працевлаштування, охорона здоров'я та безпека, підготовка та розвиток), задоволення потреб клієнтів (наприклад, виробництво якісної продукції та надання якісних послуг, що гарантують безпеку клієнтів) та бути добропорядним членом громади, де працює компанія	надається оцінка поточних систем управління щодо діяльності в найкращих довгострокових інтересах акціонерів, що включає забезпечення прав акціонерів (наприклад, обмеження захисту від поглинання), наявність функціонального правління (наприклад, досвідчені, різноманітні та незалежні члени), існування добре розробленої політики винагород для керівників та запобігання таким нелегальним практикам, як шахрайство та хабарі

Джерело: узагальнено за [143]

У 2020 році чітко посилилися тенденції щодо зміни практики великих інституційних інвесторів. У січні 2021 року генеральний директор BlackRock Лоренс Фінк заявив, що зміна клімату докорінно трансформує існуючий підхід до фінансів, тому слід відмовитися від інвестицій зі значними ризиками, а сталість вважати невіддільним критерієм формування портфеля та управління ризиками. Ця заява важлива ще й тому, що BlackRock є одним із найбільших у світі керуючих приватними активами в обсязі 1,8 трлн дол. США [77].

Компанія «FVgroup», яка працює в Україні у сфері консалтингу і допомагає компаніям впроваджувати принципи сталого розвитку, зазначає, що «саме зміна цінностей останніх років та пандемія COVID-19 показала необхідність стратегічного підходу до управління екологічними та соціальними ризиками. Інвестори все частіше наполягають на відповідність компаній ESG-критеріям, міжнародним політикам та процедурам. Компанії, які вже працюють над наявністю екологічної, соціальної та управлінської складової дуже скоро відчують відрив від конкуренції» [83]. Таким чином, конкуренція за кошти інвесторів – важливий чинник актуалізації ESG-підходу в бізнесі.

Інвестори все частіше застосовують ESG-критерії як частину процесу аналізу, щоб визначити істотні ризики при інвестуванні. ESG-показники переважно не є частиною обов'язкової фінансової звітності. Їх компанії розкривають у своїх нефінансових звітах. Численні інституції, такі як Рада зі стандартів бухгалтерського обліку в галузі сталого розвитку (SASB), Глобальна ініціатива звітності (GRI), Цільова група з розкриття фінансової інформації, пов'язаної з кліматом (TCFD), працюють над формуванням стандартів і визначенням суттєвості, щоб полегшити включення цих факторів у інвестиційний процес. Тобто на даний час у компаній немає стандартизованого підходу до розрахунку чи представлення різних показників ESG. Вони можуть використовувати різноманітні аналітичні підходи та джерела даних для їх розрахунку. Однак це не знижує актуальності включати ESG-індикатори у стратегії корпоративної соціальної відповідальності.

Отже, враховуючі такі тенденції, як курс на забезпечення сталості, важливість діалогу зі стейкхолдерами виникає потреба у розробленні та реалізації методики оцінювання рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності із врахуванням ESG-показників.

Необхідно відмітити, що питання оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності розглядалися у значній кількості наукових публікацій. Серед науковців, які досягли значних успіхів у вирішенні зазначених питань, варто відмітити таких вчених, як Д. Баюра, О. Березіна, М. Деліні, О. Зінченко, І. Ігнатенко, В. Кужель, Л. Марчук, М. Надейко, О. Попадюк, Н. Резнік, Л. Селіверстова, Г. Тарасюк та ін. Переліченими дослідниками було детально проаналізовано чинники формування соціальної відповідальності бізнесу, розроблено інструментарій для її оцінювання, запропоновано науково обґрунтовані підходи до забезпечення розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Водночас, питання групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та розроблення послідовності дій щодо встановлення перспективних напрямів подальшого розвитку цієї відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності на теперішній час не є остаточно вирішеними і, зважаючи на їхню актуальність, потребують проведення додаткових досліджень.

Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності є складним завданням, що зумовлено багатогранністю зазначеної відповідальності. Водночас, таке оцінювання повинно обов'язково передбачати виділення видів соціальної відповідальності бізнесу (наприклад, екологічної, соціальної, економічної тощо) та її підвидів (тобто конкретизованих груп заходів із забезпечення зазначеної відповідальності у межах кожного її виду). Також очевидно, що оцінити корпоративну соціальну відповідальність у повному обсязі можливо лише із використанням певної системи різноманітних індикаторів. При цьому зазначені індикатори варто поділити на такі види за відповідними ознаками їхнього групування (табл. 2.2) [88]:

Таблиця 2.2

Групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності
(КСВ)

Ознаки групування	Назви груп показників	Опис (призначення) показників	Приклади показників
1	2	3	4
За ступенем узагальнено сті	Часткові	Характеризують окремі напрями КСВ	Прибутковість інвестицій у провадження енергозберігаючої технології
	Загальні	Характеризують окремі види КСВ	Ефективність заходів із здійснення підприємством благодійної діяльності
	Узагальнені	Характеризують КСВ у цілому	Загальна ефективність програми заходів з розвитку КСВ
За предметом оцінювання	Показники оцінювання результативності КСВ	Характеризують результати реалізації заходів з КСВ	Величини соціального, економічного та екологічного ефектів від реалізації заходів з КСВ
	Показники оцінювання витрат на заходи з КСВ	Характеризують витрати (інвестиційні та поточні) на реалізацію заходів з КСВ	Величина витрат на реалізацію заходів з КСВ
	Показники ефективності заходів з КСВ	Характеризують співвідношення між результатами та витратами на заходи з КСВ	Рівень соціальної ефективності реалізації заходів з КСВ
За конструкцією	Абсолютні	Результатом розрахунку є абсолютна величина	Приріст прибутку підприємства внаслідок реалізації ним заходів з КСВ
	Відносні	Результатом розрахунку є відносна величина	Прибутковість реалізації підприємством заходів з КСВ
За розмірністю	Показники, величина яких має розмірність	Результатом розрахунку виступає величина, яка має розмірність	Обсяги скорочення викидів вуглецю внаслідок реалізації підприємством заходів з КСВ
	Безрозмірні	Результатом розрахунку виступає безрозмірна величина (коефіцієнт)	Частка інвестицій у заходи щодо певного виду КСВ у загальному обсязі інвестицій підприємства у заходи з КСВ

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4
За врахуванням динаміки змін	Динамічні	При розрахунку беруться дані принаймні за два часові періоди	Темпи зростання обсягів інвестицій у провадження підприємством програми заходів з КСВ
	Статичні	При розрахунку беруться дані за один часовий період	Частка інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій підприємства у звітному році
За видами корпоративної соціальної відповідальності	Показники оцінювання екологічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з екологічної КСВ	Інвестиційні та поточні витрати підприємства на здійснення ним заходів з екологічної КСВ
	Показники оцінювання етичної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з етичної КСВ	Інвестиційні та поточні витрати підприємства на здійснення ним заходів з етичної КСВ
	Показники оцінювання філантропічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з філантропічної КСВ	Інвестиційні та поточні витрати підприємства на здійснення ним заходів з філантропічної КСВ
	Показники оцінювання економічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з економічної КСВ	Інвестиційні та поточні витрати підприємства на здійснення ним заходів з економічної КСВ
	Показники оцінювання інших видів КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з інших видів КСВ	Інвестиційні та поточні витрати підприємства на здійснення ним заходів з інших видів КСВ
За проміжком часу	Ретроспективні	Описують попередні проміжки часу	Прибутковість заходів підприємства з КСВ у попередньому році
	Поточні	Описують поточний проміжок часу	Прибутковість заходів підприємства з КСВ у поточному році
	Прогнозні	Описують майбутні проміжки часу	Прогнозна прибутковість заходів підприємства з КСВ
За особами, яким приносить або буде приносити зиск реалізація заходів з КСВ	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск власникам	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск власникам підприємств	Ефективність тих заходів з КСВ, які приносять зиск власникам підприємства
	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск персоналу	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск найманим працівникам підприємств	Ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск персоналу підприємства
	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск іншим особам та суспільству	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск іншим особам та суспільству загалом	Ефективність заходів з КСВ, що реалізуються підприємством і які приносять зиск іншим особам та суспільству

Джерело: виокремлено автором, опубліковано у [88]

- 1) за ступенем узагальненості: часткові, загальні та узагальнені;
- 2) за предметом оцінювання: показники оцінювання результативності соціальної відповідальності бізнесу, показники оцінювання витрат на реалізацію заходів із зазначеної відповідальності, показники оцінювання ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності;
- 3) за конструкцією показників: абсолютні та відносні;
- 4) за розмірністю: показники, величина яких має розмірність, та безрозмірні;
- 5) за врахуванням динаміки змін: динамічні та статичні;
- 6) за видами корпоративної соціальної відповідальності: показники оцінювання відповідно екологічної, етичної, філантропічної та економічної соціальної відповідальності бізнесу; показники оцінювання інших видів соціальної відповідальності бізнесу (відповідно до обраного способу виокремлення цих видів);
- 7) за проміжком часу, за який обчислюються значення показників: ретроспективні, поточні та прогнозні;
- 8) за особами, яким приносить або буде приносити зиск (ефект) реалізація заходів з корпоративної соціальної відповідальності: показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск власникам підприємств; показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск найманим працівникам підприємств; показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск іншим особам та суспільству загалом [88].

Таким чином, існує велика кількість індикаторів, за допомогою яких можливо оцінити ті чи інші аспекти такого складного явища як КСВ. Водночас, важливе значення має узагальнююче оцінювання цієї відповідальності, що, зокрема, дає змогу виконати зіставлення її рівня за різними суб'єктами підприємницької діяльності. Проте, оскільки існує низка бенефіціарів КСВ, навіть її узагальнююче оцінювання все рівно повинно виконуватися окремо за кожним з

них (або, принаймні, за їхніми групами) (рис. 2.1). При цьому можливо виділити два способи такого оцінювання, а саме:

1) суб'єктивоване, коли оцінювання КСВ виконує кожен бенефіціар (або кожна їхня група) у балах з урахуванням наперед встановленої їх максимальної величини. Процедура зазначеного оцінювання може використовувати спеціально розроблені шкали, а також процедури усереднення отриманих результатів (якщо оцінки виставляють одночасно декілька бенефіціарів, що належать до однієї і тієї самої їхньої групи). Не дивлячись на суб'єктивний характер даного оцінювання, зазначений підхід цілком може застосовуватися, оскільки не усі аспекти КСВ піддаються об'єктивному кількісному оцінюванню;

2) об'єктивоване, коли оцінювання КСВ виконується із використанням формалізованих процедур, що не потребують висловлювання суб'єктивних оцінок. Зазначений підхід повинен бути застосований, насамперед, при визначенні величини економічного ефекту, який отримується власниками підприємства від провадження заходів із розвитку КСВ. Зазначений ефект може бути обчислений за такою формулою [89]:

$$E = \Pi - I \cdot H = \Pi_1 + \Pi_2 + \Pi_3 + \Pi_4 + \Pi_5 - I \cdot H, \quad (2.1)$$

де E – фактична або прогнозна середньорічна величина сумарного економічного ефекту власників підприємства від реалізації ним програми заходів з КСВ за певний проміжок часу (наприклад, за рік);

Π – фактична або прогнозна середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації усієї програми заходів з КСВ за відповідний проміжок часу;

I – фактично вкладені або потрібні інвестиції у реалізацію програми запланованих заходів;

H – річна норма прибутковості інвестицій у частках одиниці;

Π_1 – фактична або прогнозна за відповідний проміжок часу середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з КСВ, зумовленого зростанням обсягів збуту продукції підприємства;

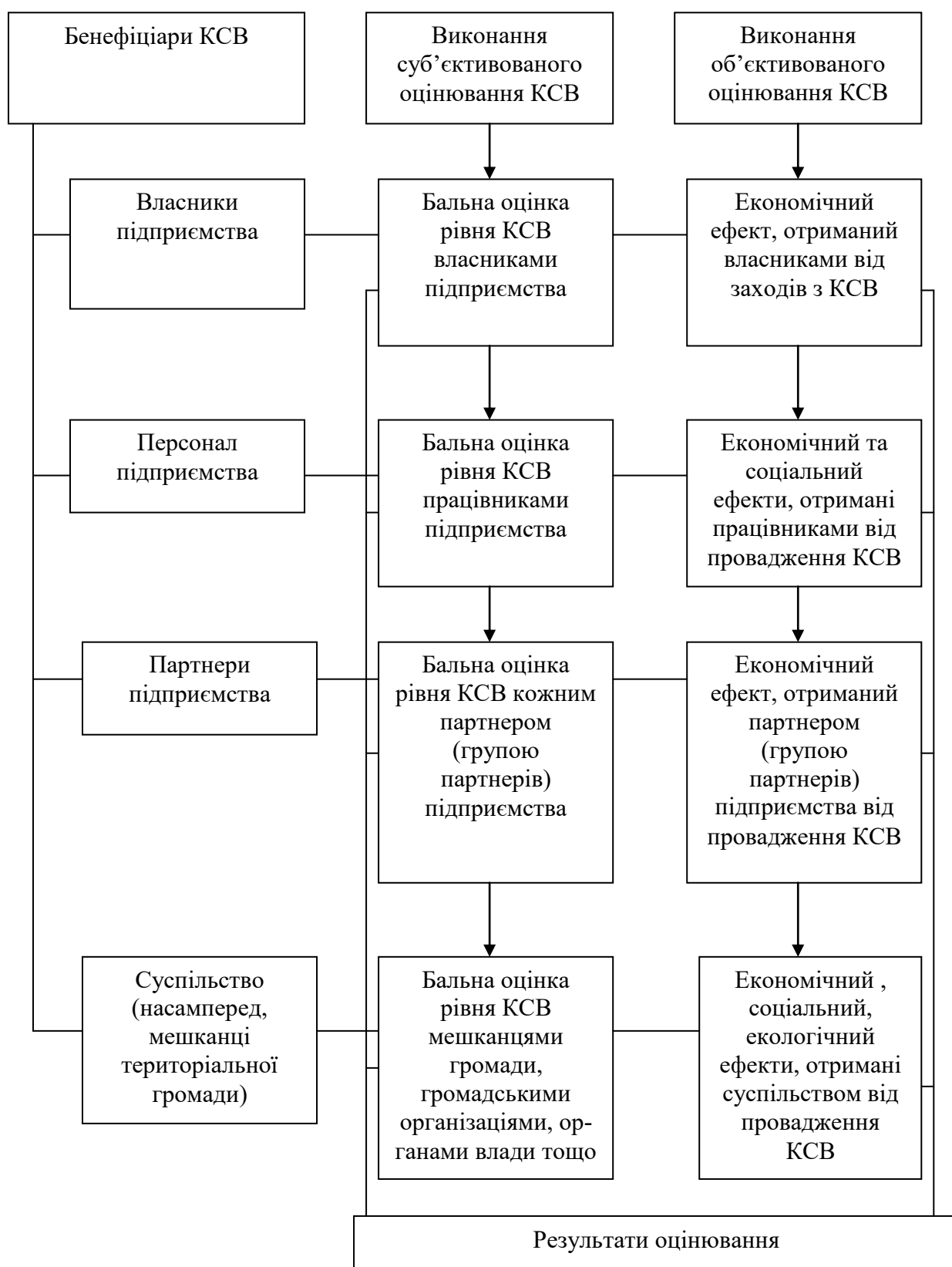


Рис. 2.1. Загальна модель оцінювання КСВ

Примітка: сформовано автором

Π_2 – фактична або прогнозна за відповідний проміжок часу середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з КСВ, зумовленого додатковим економічним зиском від пришвидшення укладання контрактів з контрагентами;

Π_3 – фактична або прогнозна за відповідний проміжок часу середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з КСВ, зумовленого забезпеченням стабільного надходження доходів підприємства;

Π_4 – фактична або прогнозна за відповідний проміжок часу середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з КСВ, зумовленого покращенням умов отримання коштів від інвесторів та кредиторів;

Π_5 – фактична або прогнозна за відповідний проміжок часу середньорічна величина приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з КСВ, зумовленого іншими чинниками.

Окрім економічного ефекту, отримуваного власниками підприємства від здійснення заходів з КСВ, доцільним є також і оцінювання рівня економічної ефективності провадження програми цих заходів. Таке оцінювання може бути здійснено за формулою:

$$E_p = \frac{\Pi}{I}, \quad (2.2)$$

де E_p – фактичний або очікуваний з точки зору власників підприємства рівень економічної ефективності від провадження заходів з КСВ, частки одиниці.

Також узагальнюючим індикатором оцінювання економічного ефекту власників підприємства від провадження ним заходів з КСВ може виступати і зростання ринкової вартості даного підприємства, викликане таким провадженням.

Що стосується соціального та екологічного ефектів, отримуваних зацікавленими особами від провадження на певному підприємстві політики КСВ, то величини цих ефектів повинні обчислюватися залежно від обраних критеріїв визначення соціального та екологічного зисків.

2.2. Аналізування тенденцій розвитку та чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Розвиток КСВ в Україні відбувається вже впродовж тривалого проміжку часу. Зокрема, впродовж останніх двадцяти п'яти років відбулися наступні події, що стосувалися цього розвитку [97]: розроблення Меморандуму про соціальну відповідальність бізнесу (2005 рік); підписання «Глобального договору» за участю провідних вітчизняних та міжнародних компаній (2006 рік); приєднання України до міжнародної групи з розроблення міжнародного стандарту соціальної відповідальності ISO 26000 (2007 рік); заснування експертної організації «Розвиток КСВ» (2008 рік); прийняття міжнародного стандарту ISO 26000 (2010 рік); затвердження указом Президента України планів щодо розробки стратегії сприяння розвитку КСВ (2013 рік); відновлення робочої групи при Координаційній раді сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні з питань КСВ (2016 рік); перегляд Директиви з розкриття нефінансових показників та фокусування уваги бізнесу на обов'язковому забезпечення належної сумлінності (2020 рік) тощо.

При цьому значна кількість великих підприємств України в останні роки активно розробляють та впроваджують стратегії КСВ, формуючи також і звіти щодо їхнього виконання. Наприклад, стратегія КСВ ДП «Укргідроенерго» [144] узгоджується зі стратегічними цілями та пріоритетами даного підприємства та його місією. У вступі до документу зазначено: «Стратегія КСВ ДП «Укргідроенерго» спрямована на добровільну інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у виробничо-господарську діяльність підприємства та їх реалізацію у співпраці із зацікавленими сторонами». Стратегія КСВ охоплює всю діяльність ДП «Укргідроенерго», а не є окремим напрямком, а це означає, що компанія несе відповідальність за вплив своїх рішень і результатів на суспільство та довкілля. Стратегія ДП «Укргідроенерго» сприяє [144]:

- збільшенню внеску ДП «Укргідроенерго» у сталий розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах;
- підвищенню ефективності управлінських рішень щодо впливу діяльності даного підприємства на соціальну та екологічну складові суспільства;
- розвитку системи корпоративного управління та конкурентоспроможності;
- зростанню інвестиційної привабливості компанії;
- позиціонуванню компанії як сучасної інноваційної організації стратегічного значення;
- розвитку взаємодії зі стейкхолдерами та підвищенню їхньої довіри до компанії;
- підвищенню якості управління нефінансовими ризиками;
- зміцненню корпоративної культури та підвищенню лояльності співробітників;
- забезпеченню прозорості діяльності та поширенню корпоративної соціальної відповідальності в державному секторі економіки;
- підвищення іміджу компанії.

Слід зазначити, що концепція КСВ набуває поширення в банківському секторі України. Наприклад, у ПАТ «ПУМБ» діяла Політика корпоративної соціальної відповідальності, яку потім замінила Стратегія сталого розвитку ПУМБ. Ключовими пріоритетами цієї Стратегії є добробут та розвиток працівників, якість продуктів та послуг, розвиток місцевих громад та бізнес-середовища, фінансова грамотність населення, корпоративне волонтерство. Як бачимо, стратегічні напрямки КСВ та стратегії сприяння сталому розвитку не відрізняються.

Аргументом на користь стратегії КСВ є те, що стратегія є результатом стратегічного планування, а невід'ємною функцією стратегічного планування є адаптація до зовнішнього середовища. І якщо компанія не рефлексує відповідним чином на зміни в навколишньому середовищі, вона втрачає конкурентоспроможність, оскільки стає вразливою до ризиків. У той час як великі

міжнародні компанії мають досвід планування та впровадження КСВ, українські суб'єкти господарювання лише починають працювати над впровадженням КСВ у свої стратегії. Зараз системно впроваджують концепцію КСВ насамперед великі компанії. Наприклад, лідер телекомунікаційного ринку «Київстар» позиціонує себе як соціально відповідальну компанію, яка вважає своєю місією відкривати нові можливості для України та змінювати життя людей на краще. Цей принцип лежить в основі стратегії корпоративної соціальної відповідальності компанії, основними сферами якого є: цифрова інклюзія, розвиток підприємництва, безпека в Інтернеті, корпоративне волонтерство та партнерство заради миру. Малий і середній бізнес має набагато менше досвіду в цій сфері.

У статті [97] її автори здійснили огляд КСВ у двадцяти українських компаніях (табл. 2.3). Як випливає з даних, наведених у табл. 2.3, більшість цих компаній основну увагу приділяють провадженню трьох головних напрямів КСВ, а саме: сумлінна ділова практика та налагодження зв'язків; людський капітал (освіта, здоров'я, добробут); громадські заходи, соціальні ініціативи та благодійність. Водночас, екологічним та енергозберезувальним аспектам виробництва та розвитку віддалених територій, а також якості продукції та лояльності споживачів приділяється менша увага. Протягом останніх років розвиток КСВ набуває все більшого поширення в Китаї, причому з урахуванням політичних і економічних особливостей країни. КНР поступово долучається до загальносвітового тренду та мотивує компанії до впровадження практик КСВ.

Розвиток КСВ відбувається і в інших країнах, зокрема у Китаї. У Китаї КСВ найбільш поширена в державному секторі економіки – державні підприємства перевершують приватні підприємства та компанії фінансового сектору за індексами КСВ з точки зору обізнаності та зрілості КСВ. Державна комісія КНР з нагляду й управління державними активами (State Owned Asset Supervision and Administration Commission – SASAC) стверджує, що основна причина, через яку вимоги КСВ висуваються до великих державних підприємств, полягає у тому, що «показники соціальної відповідальності стали важливим критерієм

Таблиця 2.3

Напрями соціальної відповідальності підприємств, що увійшли до ТОП-20 кращих українських програм з КСВ

Підприємство	Галузь	Напрями корпоративної соціальної відповідальності					
		Н1	Н2	Н3	Н4	Н5	Н6
1. АСТАРТА-Київ	АПК	+	+	+	+	+	+
2. ТОВ «ВОГ Ритейл»	Реалізація пального та супутніх товарів			+	+	+	+
3. ДТЕК	Енергетика	+	+	+	+	+	+
4. EVA	Торгівля			+	+	+	
5. ЕРАМ	Інформаційні технології	+			+	+	
6. ІДС	Продукти харчування	+	+			+	+
7. Кернел	Сільське господарство		+		+		
8. Київстар	Телекомунікації		+	+	+	+	
9. Креді Агріколь Банк	Банківські послуги	+			+	+	
10. Метінвест	Металургія	+	+		+	+	
11. М.С.Л.	Випуск і реалізація лотерей		+	+	+		
12. Нестле	Продукти харчування			+	+	+	+
13. ОККО	Реалізація пального та супутніх товарів		+	+	+		
14. ПепсіКо	Продукти харчування			+	+	+	+
15. ПУМБ	Фінанси			+	+	+	
16. Сингента	Сільське господарство				+	+	
17. Smart Energy	Енергетика		+			+	
18. Укрлендфармінг	Сільське господарство		+		+	+	
19. Хенкель	Хімічна	+			+	+	
20. Ейвон Косметікс Юкрейн	Косметика		+		+	+	

Джерело: взято з [97]

Позначення: Екологічні та енергозберезувальні аспекти виробництва (Н1).

Розвиток віддалених територій (Н2).

Сумлінна ділова практика та налагодження зв'язків (Н3).

Людський капітал (освіта, здоров'я, добробут) (Н4).

Громадські заходи, соціальні ініціативи та благодійність (Н5).

Якість продукції та лояльність споживачів (Н6).

оцінки підприємств для міжнародного співтовариства». Водночас КСВ допомагає зміцнити «імідж Китаю як відповідальної країни, що розвивається». У

цих умовах провідні ТНК Китаю виступають першопрохідцями і подають приклад у сфері КСВ іншим національним компаніям.

За офіційною інформацією SASAC, централізовані державні підприємства Китаю надають все більшого значення КСВ. Серед 96 центральних державних підприємств країни 89 опублікували свої річні звіти про КСВ за 2018 рік, що становило рекордний показник у 92,71%, згідно зі звітом, опублікованим Комісією з нагляду та управління державними активами та Китайською академією соціальних наук.

Близько 70% центральних державних підприємств країни станом на 2018 рік опублікували понад сім звітів про КСВ, що вказує на стабільну безперервність практики. Майже 80% включили закордонні практики КСВ у свої звіти, а деякі опублікували спеціальні звіти для закордонних ринків.

Управління КСВ стає все більш систематизованим, оскільки близько 97% центральних державних підприємств створили спеціальні відділи КСВ, а 64% зробили показники КСВ частиною своєї оцінки ефективності.

Наприклад, особливістю Китаю є те, що переважна відповідальність за підтримання соціальної стабільності знаходиться в руках держави. Відтак специфіка китайської моделі КСВ полягає в переважаючій ролі держави, яка прагне просувати практику відповідальної поведінки в питаннях екології та соціальної сфери [90].

На даний час перед КНР постає багато системних проблем, серед яких – повільне післяковідне відновлення економіки, сповільнення темпів економічного зростання (ріст ВВП у 2022 р. скоротився до 3% – найнижчого показника із 1976р.), іпотечна криза, недостатній внутрішній попит, несприятлива демографічна ситуація (старіння населення). Вирішення цих проблем вимагатиме не лише корекції державної політики, а й відповідальної позиції бізнесу. Завдяки розробці і реалізації різноманітних програм КСВ китайські компанії можуть пом'якшити ряд проблем, наприклад, сприяти працевлаштуванню молоді, зменшувати рівень бідності в окремих регіонах країни. Також позиціонування

китайських компаній як соціально відповідальних покращить їх репутацію і сприятиме більшій інтеграції в глобальне бізнес-середовище.

Попри той факт, що КСВ має і критиків, які вбачають у ній елемент реклами чи «грінвошінгу», її практики поширюються у світі. Отже, сьогодні КСВ стає все більш поширеним явищем у КНР. Хоча в Китаї існують власні традиції соціальної орієнтації підприємств, поняття корпоративної соціальної відповідальності там виникло в результаті інтеграції КНР в економічні відносини із Заходом.

Незважаючи на швидкі темпи економічного зростання, Китай зіткнувся з новими проблемами, характерними для всіх країн, що розвиваються. Бурхливий розвиток КНР потягнув за собою серйозні екологічні, економічні та політичні наслідки: забруднення навколишнього середовища, порушення прав робітників, збільшення рівня корупції, відставання певних регіонів від загальних темпів розвитку країни [90].

У середині 1990-х років міжнародні компанії, що відкривали виробництва у Китаї, стали першими, хто почав впроваджувати західні норми та стандарти відповідального бізнесу у боротьбі з так званими «sweatshops» – заводами та майстернями із незадовільними умовами праці та наднизькою оплатою праці робітників. Їхні заходи змусили китайських виробників прийняти нові норми соціальної відповідальності для створення нормальних робочих умов як одні із базових передумов для виходу на світовий ринок.

Ланцюги постачань були і залишаються ще одним чинником, який спонукав китайські організації до впровадження практик КСВ. Наприклад, великі виробники автомобілів протягом багатьох років вимагали, щоб китайські постачальники мали стандарти системи екологічного менеджменту ISO 14001.

Західні компанії, які здійснюють діяльність в Китаї, активно впроваджують принципи КСВ на своїх китайських підприємствах, проте в багатьох великих китайських компаніях соціально відповідальна поведінка ще не стала частиною довгострокової стратегії компаній, а ініціативи КСВ часто обмежуються разовими благодійними проектами або піар акціями.

Внутрішнім чинником, який сприяв поширенню КСВ в Китаї було зростання приватного сектору в економіці. Лише у 1987 році в Китаї з'явилося понад 300 тис. приватних підприємств та понад 20 млн. одноосібних підприємців. Сучасний Китай вже останні десятиліття розбудовує ринкову економіку на основі приватної власності – 70% ВВП у країні виробляється приватними підприємствами, на яких задіяно 80% усієї робочої сили. Приватні фірми прискорили процес поширення практик КСВ у Китаї. І сьогодні вони беруть активну участь у відносинах із зовнішніми спільнотами, державними та неурядовими організаціями [90].

Про поширення КСВ свідчить те, що зростає кількість китайських компаній (різних секторів і форм власності), які оприлюднюють свої нефінансові звіти. До 2005 року китайські компанії видали лише 22 звіти про КСВ, а в 2019 році їх було вже 2089. Корпоративна нефінансова звітність в основному присутня у підприємств, що знаходяться в повній або частковій власності держави – China Huadian Corporation, PetroChina, China Minmetals Corporation та інші. Китайські компанії, які вийшли на глобальний рівень, також мають подібні звіти (наприклад, Alibaba Group), проте інформація в них часто надається лише на китайській мові [9, с.227]. Однак звітність щодо КСВ не є обов'язковою, і не існує жодних штрафів за нерозкриття інформації ESG, не кажучи вже про видачу звітів низької якості.

Про значний поступ китайського бізнесу в напрямі сприяння сталому розвитку і КСВ-практик свідчить зростання кількості китайських компаній, які долучаються до Глобального Договору ООН. Кількість учасників Глобального Договору від Китаю за період 2018-2020 рр. збільшилася з 200 до 377. За цим показником Китай випереджує інші країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону. Станом на травень 2022 р. кількість учасників Глобального Договору з Китаю перевищила 560, а на вересень 2023 року їх було 879 [10].

Чинником, який сприяє ширшому впровадженні КСВ є задекларований керівництвом держави перехід КНР до інклюзивного зростання. Концепція

інклюзивного зростання ґрунтується на пріоритетності розвитку людських ресурсів, досягненні повної зайнятості, підвищенні кваліфікації працівників, соціальній безпеці та сталому розвитку.

У 2000-х роках в Китаї держава проявила велику зацікавленість у сприянні поширенню норм КСВ. Було введено цілий ряд законодавчих норм, які більшою чи меншою мірою стимулювали КСВ. Керівництво країни зробило важливий крок у 2006 році, включивши поняття «корпоративна соціальна відповідальність» до закону про корпорації. У 2006 році Шеньчженьська фондова біржа випустила «Рекомендації щодо КСВ», які вважаються першим офіційним політичним документом уряду щодо КСВ. Також у 2006 році уряд КНР опублікував Рекомендації зі складання корпоративної соціальної звітності в Китаї. У березні 2007 року Асоціація споживачів Китаю випустила «Рекомендації щодо КСВ для захисту інтересів споживачів». Згідно нового «Закону про трудові договори», який увійшов в дію з 1 січня 2008 року, підприємства були зобов'язані дотримуватися КСВ у сфері праці та зайнятості. У 2016 році Гонконгська фондова біржа зробила звітність ESG обов'язковою для компаній, зареєстрованих на біржі [90].

Таким чином, концепція КСВ еволюціонує і розвивається відповідно до сучасних викликів. Вона поширюється на країни Азії і набуває характеристик, притаманних політичному, економічному устрою тої чи іншої країни. Прикладом цього є КНР. Запровадження норм КСВ в Китаї відбувалося як через зовнішні фактори (вимоги і стандарти діяльності західних компаній), так і через внутрішні (розширення приватної власності, перехід на інклюзивне зростання, погіршення екологічної ситуації в країні, необхідність підвищення міжнародної конкурентоздатності китайських компаній). КСВ в Китаї має як і спільні риси з європейськими практиками КСВ (орієнтація на сталий розвиток, оприлюднення нефінансових звітів, членство в Глобальному договорі ООН, включення ESG-показників до вимог фондових бірж), так і свої особливості – визначальна роль держави у просуванні КСВ, найбільше поширення КСВ серед державних

компаній. КСВ була і залишається інструментом для китайського керівництва для просування своєї головної політичної мети, а не добровільні дії бізнес-компаній. КСВ можна розглядати не лише як важливу стратегію розвитку підприємництва, а як практичний механізм нівелювання соціально-економічних проблем суспільства. Тому розвиток КСВ може відіграти позитивну роль у пом'якшенні соціальних та екологічних проблем, з якими на сьогодні стикається китайська держава.

Потрібно відмітити, що наявність впливу здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємств на корпоративну соціальну відповідальність потребує попереднього встановлення. З цією метою нами було сформовано дві вибірки промислових підприємств, що розташовані у західному регіоні України, а саме – вибірка підприємств, які впродовж 2020-2023 рр. провадили зовнішньоекономічну діяльність, та вибірка підприємств, які впродовж цього періоду такої діяльності не провадили. Кожна з вибірок містила 30 компаній приблизно однакового розміру (належали до групи середніх підприємств).

Окремої уваги заслуговує питання розвитку КСВ у тих компаніях, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Зокрема, становить інтерес про те, чим впливає таке провадження на розвиток КСВ. Одним з можливих підходів до дослідження цього питання, є встановлення можливого впливу зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів бізнесу на рівень чинників, які справляють вплив на КСВ.

З метою оцінювання рівня більшості чинників формування корпоративної соціальної відповідальності використовувалася п'ятибальна шкала (чим більшою є кількість балів, тим більш високим є рівень відповідних чинників). Встановлення рівня таких чинників виконувалося власниками та менеджерами досліджуваних підприємств. Водночас, оцінювання рівня такого чинника, як компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильність до такої

реалізації здійснювалося за спеціальною п'ятибальною шкалою на засадах анкетного опитування [71]. Ця шкала представлена у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Пропоноване бальне оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації

Рівні	Опис рівнів	Кількість балів
Дуже низький	Власники та менеджери мало володіють компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та (або) мало схильні до такої реалізації	1
Низький	Власники та менеджери володіють окремими компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	2
Середній	Власники та менеджери володіють більшістю компетенцій у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	3
Високий	Власники та менеджери володіють майже усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	4
Дуже високий	Власники та менеджери володіють усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	5

Джерело: розроблено автором, опубліковано у [71]

З метою оцінювання впливу зовнішньоекономічної діяльності на рівень чинників формування КСВ було сформовано дві вибірки з тридцяти підприємств кожна. Перша вибірка включала українські підприємства, з яких 12 підприємств провадили зовнішньоекономічну діяльність. Друга вибірка включала китайські підприємства, з яких 14 підприємств провадили зовнішньоекономічну діяльність. Результати усереднених за групами досліджуваних підприємств рівнів чинників формування КСВ для українських та китайських компаній наведені відповідно у табл. 2.5 та табл. 2.6.

Таблиця 2.5

Результати усереднених за обома групами досліджуваних українських підприємств рівнів чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Назви чинників	Усереднені рівні чинників за групами підприємств, балів	
	Підприємства, які не здійснювали зовнішньоекономічну діяльність	Підприємства, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність
Наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ	2,9	3,1
Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ	3,5	3,6
Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації	2,8	3,9
Організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах	3,0	3,3
Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ	2,4	2,8
Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ	1,9	2,5
Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ	3,3	3,4

Джерело: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А), опубліковано у [71]

Як впливає з даних, наведених у табл. 2.5 та табл. 2.6, за більшістю груп чинників формування КСВ середній їх рівень для тих підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, несуттєво перевищує середній рівень відповідних чинників для тих компаній, які цю діяльність не провадять.

Водночас, рівень компетентності власників та менеджерів підприємств у підприємств першої групи значно перевищує цей же рівень у підприємств другої групи. Це ж стосується чинників економічної ефективності заходів з КСВ, що може бути викликано більш високою компетентністю у відборі цих заходів.

Таблиця 2.6

Результати усереднених за обома групами досліджуваних китайських підприємств рівнів чинників формування корпоративної соціальної відповідальності

Назви чинників	Усереднені рівні чинників за групами підприємств, балів	
	Підприємства, які не здійснювали зовнішньоекономічну діяльність	Підприємства, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність
Наявні у підприємств та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ	3,2	3,4
Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ	3,9	4,1
Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації	3,1	4,3
Організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах	3,3	3,6
Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ	2,6	3,1
Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ	2,1	2,8
Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ	3,6	3,7

Джерело: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А)

Отже, за досліджуваними українськими та китайськими підприємствами здійснення зовнішньоекономічної діяльності позитивно впливає на формування КСВ. Серед іншого, це може бути пов'язано з отриманням власниками та менеджерами підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, позитивного досвіду щодо реалізації заходів з КСВ у процесі співробітництва із іноземними компаніями. Також КСВ може виступати як важливий чинник формування іміджу вітчизняних підприємств на міжнародних ринках [71].

2.3. Сучасний стан корпоративної соціальної відповідальності українських та китайських підприємств

З метою оцінювання сучасного стану соціальної відповідальності українських та китайських підприємств нами було досліджено особливості, що притаманні КСВ тих компаній з вибірок, про які йшла мова у попередньому підрозділі цієї роботи. Зокрема, було розглянуто розподіл відібраних українських та китайських підприємств за ступенем КСВ. При цьому було виділено чотири таких ступені, а саме:

- підприємства з високим ступенем КСВ. До них належать ті компанії, які розробляють та реалізують комплексні стратегії КСВ, повністю дотримуються її принципів;

- підприємства із середнім ступенем КСВ. До них належать ті компанії, які розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, у цілому дотримуються головних її принципів;

- підприємства з низьким ступенем КСВ. До них належать ті компанії, які рідко розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, дотримуються лише деяких її принципів

- підприємства, яким КСВ не притаманна. До них належать ті компанії, які не розробляють та не реалізують заходи з КСВ, її принципів не дотримуються.

Як впливає з даних, наведених у табл. 2.7 та табл. 2.8, переважна більшість досліджуваних підприємств (як українських, так і китайських) належать до компаній із низьким та середнім ступенями КСВ. При цьому підприємства, яким КСВ не притаманна взагалі, у вибірці не виявлені. Також простежується чітка тенденція до збільшення частки підприємств, у яких ступінь КСВ є високою та середньою, при переході від розгляду усієї сукупності відібраних компаній до тих компаній, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Ця закономірність є справедливою як для українських, так і для китайських підприємств, що розглядаються.

Таблиця 2.7

Розподіл досліджуваних підприємств України за ступенем КСВ

Групи підприємств за ступенем КСВ	Кількість підприємств		Частка підприємств у їх загальній кількості, %	
	Усього	У тому числі ті, які провадять зовнішньоекономічну діяльність	Усього	У тому числі тих, які провадять зовнішньоекономічну діяльність
1. Підприємства, які розробляють та реалізують комплексні стратегії КСВ, повністю дотримуються її принципів	4	3	13,33	25,00
2. Підприємства, які розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, у цілому дотримуються головних її принципів	10	5	33,33	41,67
3. Підприємства, які рідко розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, дотримуються лише деяких її принципів	16	4	53,33	33,33
4. Підприємства, які не розробляють та не реалізують заходи з КСВ, її принципів не дотримуються	0	0	0,00	0,00
Разом	30	12	100,00	100,00

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А)

Таблиця 2.8

Розподіл досліджуваних підприємств Китаю за ступенем КСВ

Групи підприємств за ступенем КСВ	Кількість підприємств		Частка підприємств у їх загальній кількості, %	
	Усього	У тому числі ті, які провадять зовнішньоекономічну діяльність	Усього	У тому числі тих, які провадять зовнішньоекономічну діяльність
1. Підприємства, які розробляють та реалізують комплексні стратегії КСВ, повністю дотримуються її принципів	5	3	16,67	21,43
2. Підприємства, які розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, у цілому дотримуються головних її принципів	12	6	40,00	42,86
3. Підприємства, які рідко розробляють та реалізують окремі заходи з КСВ, дотримуються лише деяких її принципів	13	5	43,33	35,71
4. Підприємства, які не розробляють та не реалізують заходи з КСВ, її принципів не дотримуються	0	0	0,00	0,00
Разом	30	14	100,00	100,00

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А)

Стосовно розподілу досліджуваних підприємств за групами заходів з КСВ, що були реалізовані ними впродовж 2021-2023 рр., то, як впливає з даних табл. 2.8 та табл. 2.9, найбільш розповсюдженими серед розглянутих компаній групами таких заходів виявилися заходи з покращення умов праці та добробуту працівників, а також заходи з професійного розвитку персоналу. Зокрема, для відібраних українських підприємств заходи з покращення умов праці та добробуту працівників реалізували впродовж 2021-2023 рр. 43,33% компаній (а стосовно підприємств, які провадили зовнішньоекономічну діяльність, – 50,00%), тоді як заходи з професійного розвитку персоналу провадили 36,67% компаній (а стосовно підприємств, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність, – 41,67%). Якщо ж розглядати китайські підприємства, що входять до утвореної вибірки, то заходи з покращення умов праці та добробуту працівників реалізували впродовж 2021-2023 рр. 56,67% компаній (а стосовно підприємств, які провадили зовнішньоекономічну діяльність, – 64,29%), тоді як заходи з професійного розвитку персоналу провадили 46,67% компаній (а стосовно підприємств, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність – 50%). Водночас, у практиці

Таблиця 2.9

Розподіл досліджуваних підприємств України за групами заходів з КСВ, що були реалізовані ними впродовж 2021-2023 рр.

Назви груп заходів з КСВ	Кількість підприємств		Частка підприємств у їх загальній кількості, %	
	Усього	У тому числі ті, які провадять зовнішньоекономічну діяльність	Усього	У тому числі тих, які провадять зовнішньоекономічну діяльність
1. Заходи з підвищення енергоефективності	5	3	16,67	25,00
2. Заходи з підвищення екологічності продукції	6	4	20,00	33,33
3. Заходи з покращення умов праці та добробуту працівників	13	6	43,33	50,00
4. Заходи з професійного розвитку персоналу	11	5	36,67	41,67
5. Благодійна діяльність	3	2	10,00	16,67

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.10

Розподіл досліджуваних підприємств Китаю за групами заходів з КСВ, що були реалізовані ними впродовж 2021-2023 рр.

Назви груп заходів з КСВ	Кількість підприємств		Частка підприємств у їх загальній кількості, %	
	Усього	У тому числі ті, які провадять зовнішньо-економічну діяльність	Усього	У тому числі тих, які провадять зовнішньо-економічну діяльність
1. Заходи з підвищення енергоефективності	7	4	23,33	28,57
2. Заходи з підвищення екологічності продукції	8	6	26,67	42,86
3. Заходи з покращення умов праці та добробуту працівників	17	9	56,67	64,29
4. Заходи з професійного розвитку персоналу	14	7	46,67	50,00
5. Благодійна діяльність	5	2	16,67	14,29

Примітка: розраховано автором

діяльності як українських, так і китайських підприємств є не дуже розповсюдженою благодійна діяльність (нею впродовж 2021-2023 рр. займалися лише 10,00% та 16,67% китайських компаній, які досліджувалися).

Окремої уваги заслуговує питання впливу КСВ на показники, які характеризують успішність функціонування підприємств з точки зору їхніх власників та найманих працівників. З цією метою було розглянуто два такі показники, а саме – середній за групами підприємств рівень прибутковості сукупних активів за чистим прибутком та середній за групами підприємств рівень оплати праці у 2023 році. При цьому для кращої зіставимості виконувалося нормування значень цих показників шляхом зіставлення їх фактичних величин із відповідними їх значеннями у тих підприємств, у яких ці значення є найменшими серед усіх компаній, які входять у досліджувану їхню сукупність. З урахуванням цих міркувань за кожною з трьох груп відібраних українських та китайських підприємств за ступенем КСВ було обчислено середні за компаніями значення показників прибутковості сукупних активів та оплати праці найманих працівників (табл. 2.11 та табл. 2.12).

Таблиця 2.11

Вихідні дані та результати оцінювання впливу ступеня КСВ на середні рівні оплати праці та прибутковості активів досліджуваних підприємств України

Назви показників	Значення показників за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Кількість підприємств	4	10	16
1.2. Середній за групами підприємств рівень оплати праці у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	1,97	1,60	1,32
1.3. Середній за групами підприємств рівень прибутковості сукупних активів у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	2,15	1,88	1,63
1.4. Фактичне значення <i>F</i> -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем оплати праці	6,97		
1.5. Фактичне значення <i>F</i> -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем прибутковості сукупних активів компаній	5,12		
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Кількість підприємств	3	5	4
2.2. Середній за групами підприємств рівень оплати праці у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	2,02	1,59	1,28
2.3. Середній за групами підприємств рівень прибутковості сукупних активів у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	2,33	2,07	1,76
2.4. Фактичне значення <i>F</i> -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем оплати праці	6,54		
2.5. Фактичне значення <i>F</i> -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем прибутковості сукупних активів компаній	5,43		

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.12

Вихідні дані та результати оцінювання впливу ступеня КСВ на середні рівні оплати праці та прибутковості активів досліджуваних підприємств Китаю

Назви показників	Значення показників за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Кількість підприємств	5	12	13
1.2. Середній за групами підприємств рівень оплати праці у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	1,86	1,53	1,24
1.3. Середній за групами підприємств рівень прибутковості сукупних активів у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	1,93	1,64	1,30
1.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем оплати праці	6,78		
1.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем прибутковості сукупних активів компаній	6,03		
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Кількість підприємств	3	6	5
2.2. Середній за групами підприємств рівень оплати праці у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	1,91	1,54	1,25
2.3. Середній за групами підприємств рівень прибутковості сукупних активів у 2023 році відносно підприємства з найменшим таким рівнем серед усіх досліджуваних компаній	2,02	1,77	1,44
2.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем оплати праці	7,11		
2.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між ступенем КСВ та середнім рівнем прибутковості сукупних активів компаній	6,33		

Примітка: розраховано автором

Як видно з даних, наведених у табл. 2.11 та табл. 2.12, із збільшенням ступеня КСВ як за українськими, так і за китайськими підприємствами зростають прибутковість їхніх сукупних активів та рівень оплати праці їхніх працівників. При цьому зазначені залежності є достатньо чіткими та статистично значимими. Цей висновок впливає з результатів використання методу дисперсійного аналізу, яке показало, що в усіх досліджуваних випадках фактичні значення F -критерію перевищують його критичні величини.

Як вже зазначалося вище, одним із можливих підходів до оцінювання КСВ є суб'єктивований підхід, за якого ця відповідальність оцінюється певними зацікавленими особами. Результати такого оцінювання за групами досліджуваних українських та китайських підприємств наведено у табл. 2.13 та табл. 2.14. Ці дані було отримано на підставі оброблення результатів опитування відповідних осіб; при цьому таке опитування виконувалося у десятибальній шкалі. Як видно з даних, наведених у табл. 2.13 та 2.14, найбільш високим є рівень КСВ отримано внаслідок опитування власників підприємств, а найнижчим він є згідно думок представників громадськості. При цьому ці висновки є справедливими для усіх груп досліджуваних підприємств, зокрема і груп за ступенем КСВ.

Таблиця 2.13

Показники суб'єктивованого оцінювання рівня КСВ досліджуваних підприємств
України

Суб'єкти оцінювання	Рівень КСВ, усереднений за групами підприємств, балів		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Власники підприємств	8,13	6,87	5,06
1.2. Персонал підприємств	7,08	5,76	4,34
1.3. Постачальники	6,55	4,23	3,97
1.4. Споживачі	6,11	4,03	3,43
1.5. Представники громадськості	5,50	3,57	2,54
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Власники підприємств	8,62	7,28	5,36
2.2. Персонал підприємств	7,50	6,11	4,60
2.3. Постачальники	6,94	4,48	4,21
2.4. Споживачі	6,48	4,27	3,64
2.5. Представники громадськості	5,83	3,78	2,69

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.14

Показники суб'єктивного оцінювання рівня КСВ досліджуваних підприємств
Китаю

Суб'єкти оцінювання	Рівень КСВ, усереднений за групами підприємств, балів		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Власники підприємств	9,19	7,76	5,72
1.2. Персонал підприємств	8,00	6,51	4,90
1.3. Постачальники	7,40	4,78	4,49
1.4. Споживачі	6,90	4,55	3,88
1.5. Представники громадськості	6,22	4,03	2,87
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Власники підприємств	9,67	8,18	6,02
2.2. Персонал підприємств	8,43	6,85	5,16
2.3. Постачальники	7,79	5,03	4,72
2.4. Споживачі	7,27	4,80	4,08
2.5. Представники громадськості	6,55	4,25	3,02

Примітка: розраховано автором

Для отримання більш об'єктивних результатів оцінювання КСВ за групами досліджуваних підприємств було розраховано усереднені значення деяких часткових показників такого оцінювання. Як випливає з даних, представлених у табл. 2.15 та 2.16, ці значення суттєво відрізняються залежно від ступеня КСВ. Зокрема, для досліджуваних підприємств України частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат коливається від 1,25% до 2,73%, величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу – від 1,06% до 2,13%, частка працівників, які займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників – від 31,53% до 41,09%, частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції – від 41,07% до 59,96%, а частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції – від 53,69% до 53,69%.

Таблиця 2.15

Значення окремих часткових показників оцінювання КСВ за групами досліджуваних підприємств України

Назви показників	Усереднені значення показників за групами підприємств, %		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат	2,73	2,11	1,25
1.2. Величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу	1,06	1,68	2,13
1.3. Частка працівників, які займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників	31,53	36,67	41,09
1.4. Частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції	59,96	52,15	41,07
1.5. Частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції	68,54	59,18	53,69
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат	2,92	2,26	1,34
2.2. Величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу	0,99	1,57	1,99
2.3. Частка працівників, які не займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників	29,47	34,27	38,40
2.4. Частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції	64,16	55,80	43,94
2.5. Частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції	73,34	63,32	57,45

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.16

**Значення окремих часткових показників оцінювання КСВ за групами
досліджуваних підприємств Китаю**

Назви показників	Усереднені значення показників за групами підприємств, %		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат	2,98	2,30	1,36
1.2. Величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу	0,97	1,54	1,95
1.3. Частка працівників, які не займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників	28,93	33,64	37,70
1.4. Частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції	65,36	56,84	44,77
1.5. Частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції	74,71	64,51	58,52
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат	3,03	2,34	1,39
2.2. Величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу	0,95	1,51	1,92
2.3. Частка працівників, які не займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників	28,41	33,04	37,02
2.4. Частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції	66,56	57,89	45,59
2.5. Частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції	76,08	65,69	59,60

Примітка: розраховано автором

Щодо досліджуваних підприємств Китаю, то як впливає з даних, наведених у поданій вище табл. 2.16, частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестиційних витрат цих підприємств за їхніми групами за ступенем КСВ коливається від 1,36% до 2,98%, величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, у % до чистого доходу – від 0,97% до 1,95%, частка працівників, які займаються фізичною працею, у загальній кількості працівників – від 28,93% до 37,70%, частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції – від 44,77% до 65,36%, а частка обсягів продукції високої якості у загальній вартості виробленої продукції – від 59,60% до 76,08%.

Також, використовуючи методику оцінювання економічного ефекту від провадження на підприємствах стратегій КСВ, описану у підрозділі 2.1 даної дисертаційної роботи, було розраховано оціночну величину економічного ефекту від провадження КСВ на досліджуваних підприємствах України (табл. 2.17) та Китаю (табл. 2.18).

Таблиця 2.17

Оціночна величина економічного ефекту від провадження КСВ на досліджуваних підприємствах України

Суб'єкти одержання економічного ефекту	Оціночна величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Власники підприємств	1,76	1,53	1,12
1.2. Персонал підприємств	1,45	1,26	0,89
1.3. Партнери	1,33	1,17	0,57
1.4. Суспільство	1,08	1,05	0,44
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Власники підприємств	1,88	1,64	1,20
2.2. Персонал підприємств	1,55	1,35	0,95
2.3. Партнери	1,42	1,25	0,61
2.4. Суспільство	1,16	1,12	0,47

Примітка: розраховано автором

Таблиця 2.18

Оціночна величина економічного ефекту від провадження КСВ на досліджуваних підприємствах Китаю

Суб'єкти одержання економічного ефекту	Оціночна величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Власники підприємств	1,92	1,67	1,22
1.2. Персонал підприємств	1,58	1,37	0,97
1.3. Партнери	1,45	1,28	0,62
1.4. Суспільство	1,18	1,14	0,48
2. За досліджуваними підприємствами, які провадять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Власники підприємств	2,02	1,74	1,25
2.2. Персонал підприємств	1,62	1,41	1,00
2.3. Партнери	1,49	1,31	0,64
2.4. Суспільство	1,21	1,18	0,49

Примітка: розраховано автором

Як впливає з даних табл. 2.17 та табл. 2.18, як для українських, так і для китайських підприємств найбільшими бенефіціарами КСВ є власники компаній (для підприємств з високим ступенем КСВ оціночна усереднена величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу є трохи меншою 2%). Водночас, найменшим бенефіціаром КСВ виявилось суспільство (для підприємств з високим ступенем КСВ оціночна усереднена величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу є трохи більшою 1%).

Висновки за розділом 2

1. Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності є складним завданням, що зумовлено багатогранністю зазначеної відповідальності. Водночас, таке оцінювання повинно обов'язково передбачати виділення видів соціальної відповідальності бізнесу (наприклад, екологічної, соціальної, економічної тощо)

та її підвидів (тобто конкретизованих груп заходів із забезпечення зазначеної відповідальності у межах кожного її виду). Також очевидно, що оцінити корпоративну соціальну відповідальність у повному обсязі можливо лише із використанням певної системи різноманітних індикаторів.

2. Можливо виділити два способи оцінювання КС, а саме:

1) суб'єктивне, коли оцінювання КСВ виконує кожен бенефіціар (або кожна їхня група) у балах з урахуванням наперед встановленої їх максимальної величини. Процедура зазначеного оцінювання може використовувати спеціально розроблені шкали, а також процедури усереднення отриманих результатів (якщо оцінки виставляють одночасно декілька бенефіціарів, що належать до однієї і тієї самої їхньої групи). Не дивлячись на суб'єктивний характер даного оцінювання, зазначений підхід цілком може застосовуватися, оскільки не усі аспекти КСВ піддаються об'єктивному кількісному оцінюванню;

2) об'єктивне, коли оцінювання КСВ виконується із використанням формалізованих процедур, що не потребують висловлювання суб'єктивних оцінок. Зазначений підхід повинен бути застосований, насамперед, при визначенні величини економічного ефекту, який отримується власниками підприємства від провадження заходів із розвитку КСВ.

3. З метою оцінювання впливу зовнішньоекономічної діяльності на рівень чинників формування КСВ було сформовано дві вибірки з тридцяти підприємств кожна. Перша вибірка включала українські підприємства, з яких 12 підприємств провадили зовнішньоекономічну діяльність. Друга вибірка включала китайські підприємства, з яких 14 підприємств провадили зовнішньоекономічну діяльність. Як показали результати проведеного дослідження, за більшістю груп чинників формування КСВ середній їх рівень для тих підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, несуттєво перевищує середній рівень відповідних чинників для тих компаній, які цю діяльність не провадять. Водночас, рівень компетентності власників та менеджерів підприємств у підприємств першої групи значно перевищує цей же рівень у підприємств другої групи. Це ж

стосується чинників економічної ефективності заходів з КСВ, що може бути викликано більш високою компетентністю у відборі цих заходів.

4. Переважна більшість досліджуваних підприємств (як українських, так і китайських) належать до компаній із низьким та середнім ступенями КСВ. При цьому підприємства, яким КСВ не притаманна взагалі, у вибірці не виявлені. Також простежується чітка тенденція до збільшення частки підприємств, у яких ступінь КСВ є високою та середньою, при переході від розгляду усієї сукупності відібраних компаній до тих компаній, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Ця закономірність є справедливою як для українських, так і для китайських підприємств, що розглядаються.

5. Із збільшенням ступеня КСВ як за українськими, так і за китайськими підприємствами зростають прибутковість їхніх сукупних активів та рівень оплати праці їхніх працівників. При цьому зазначені залежності є достатньо чіткими та статистично значимими. Цей висновок впливає з результатів використання методу дисперсійного аналізу, яке показало, що в усіх досліджуваних випадках фактичні значення F -критерію перевищують його критичні величини.

6. Як для українських, так і для китайських підприємств найбільшими бенефіціарами КСВ є власники компаній (для підприємств з високим ступенем КСВ оціночна усереднена величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу є трохи меншою 2%). Водночас, найменшим бенефіціаром КСВ виявилося суспільство (для підприємств з високим ступенем КСВ оціночна усереднена величина економічного ефекту від провадження КСВ у % до величини чистого доходу є трохи більшою 1%).

Основні результати виконаного дослідження, наведені у цьому розділі, було опубліковано в авторських працях [88, 90, 144].

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ ПОГЛИБЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЄМ

3.1. Вплив розвитку корпоративної соціальної відповідальності на підвищення енергоефективності підприємств

Враховуючи соціальну значущість скорочення енергоспоживання на підприємствах, одним з можливих чинників впливу на обсяги споживання компаніями енергетичних ресурсів є ступінь усвідомлення власниками та менеджерами підприємств зазначеної значущості. Таке усвідомлення може відображатися у тому, що при ухваленні керівниками компаній рішень з енергозбереження до уваги буде братися не лише очікуваний рівень економічної ефективності реалізації цих рішень, але і соціальні наслідки. Зазначені аспекти ухвалення власниками та менеджерами підприємств рішень стосовно реалізації тих чи інших заходів, спрямованих на зниження споживання невідновних енергетичних ресурсів, доцільно розглядати через призму концепції корпоративної соціальної відповідальності. У зв'язку з цим, становить інтерес питання оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств, та, відповідно, на фінансово-економічні результати цієї діяльності.

Необхідно відзначити, що на теперішній час існує досить багато наукових публікацій, присвячених впливу корпоративної соціальної відповідальності на різні властивості та показники діяльності підприємств. Зокрема, науковцями розглянуто вплив такої відповідальності на конкурентні переваги компаній [113], їх фінансові результати та репутацію [156], ефективність вкладених інвестицій [114], величину інтелектуального капіталу підприємств [157], їхню вартість [120] тощо. При цьому у більшості публікацій на основі проведеного їх авторами емпіричного аналізу робляться висновки про те, що вплив корпоративної

соціальної відповідальності на відповідні властивості та показники підприємств є переважно позитивним.

Водночас, було проведено низку наукових досліджень питання оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на обсяги енергоспоживання та процеси енергозбереження. Серед наукових праць, у яких здійснено такі дослідження, варто, зокрема, відзначити [132], де проаналізовано проєкти корпоративної соціальної відповідальності з підвищення рівня обізнаності молоді у питаннях ефективного енергоспоживання. Цікаві результати отримано авторами роботи [145], у якій стверджується, що принципи енергоефективності можуть бути використані як інструмент корпоративної соціальної відповідальності для досягнення цілей сталого розвитку в порядку денному ООН до 2030 року, таким чином відповідаючи на вимоги низки зацікавлених сторін, одночасно збільшуючи прибутковість. Подібної точки зору дотримуються і автори [146], які встановили, що існує позитивний зв'язок між визнанням корпоративної соціальної відповідальності та енергозбереженням. Це твердження підкріплюється результатами досліджень, оприлюднених у [136], які засвідчили, що активна діяльність у соціальних, екологічних та економічних аспектах корпоративної соціальної відповідальності пов'язана з високою енергоефективністю.

Низка наукових праць присвячена також конкретним заходам з підвищення енергоефективності у рамках втілення підприємствами концепції корпоративної соціальної відповідальності. Зокрема, як зазначається у [154], в останні роки корпоративна соціальна відповідальність набула популярності в Польщі і це призвело до того, що польські підприємства почали впроваджувати енергоефективні технології та практики, щоб зменшити споживання енергії, знизити експлуатаційні витрати та сприяти екологічній стійкості. Водночас, у [152] зазначається позитивний вплив корпоративної соціальної відповідальності на розвиток відновлюваної енергетики у державах Балтії. Подібні висновки стосовно енергоспоживання у Румунії представлено у [112]. Як підкреслюється у [110], енергозбереження стає частиною стратегії корпоративної соціальної

відповідальності багатьох виробників та інструментом маркетингу завдяки зростаючій обізнаності споживачів про клімат. При цьому, як зазначається у [162], де проаналізовано енергозберігаючу поведінку працівників в індустрії гостинності, корпоративна соціальна відповідальність справляє відчутний позитивний вплив на таку поведінку.

Проте, на теперішній час у науковій літературі не повною мірою встановлено те місце, яке посідає корпоративна соціальна відповідальність серед інших чинників, які справляють вплив на енергоефективність та, відповідно, на фінансово-економічні результати діяльності підприємств. Водночас, вирішення цього завдання могло би покращити методологію оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на енергозбереження на підприємствах.

Загалом, оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на рівень енергоефективності діяльності підприємств та зміну фінансово-економічних результатів повинно базуватися на визначенні місця, яке посідає корпоративна соціальна відповідальність серед чинників, які справляють зазначений вплив. Аналізування літературних джерел, зокрема праць [141, 150, 163], а також власні дослідження дають підстави стверджувати, що усі чинники, які впливають на масштаби енергозбереження на підприємствах, доцільно поділити на чотири основні групи, а саме (табл. 3.1):

1) чинники, які визначають економічну ефективність та зумовлюють доцільність реалізації енергозберігаючих проєктів підприємств. До цих чинників належать ті, які справляють безпосередній вплив на очікуваний рівень прибутковості інвестицій у здійснення підприємствами тих чи інших енергозберігаючих заходів, а також на величину чистої теперішньої вартості відповідних енергозберігаючих проєктів;

2) ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів. Цими чинниками є обсяги різних видів ресурсів, необхідних для такої реалізації, а також споживчі властивості цих ресурсів. Окрім того до чинників

Таблиця 3.1

Групування чинників, які справляють вплив на енергоефективність діяльності підприємств

Назви чинників	Види чинників
1	2
1. Чинники, які визначають економічну ефективність та зумовлюють доцільність реалізації енергозберігаючих проєктів підприємств	1.1. Потрібні обсяги інвестицій у здійснення енергозберігаючих проєктів
	1.2. Очікувана зміна норм витрат тих чи інших видів енергетичних ресурсів після реалізації енергозберігаючих проєктів
	1.3. Очікувана зміна окремих витрат підприємств (окрім витрат на енергоресурс) внаслідок реалізації енергозберігаючих проєктів
	1.4. Поточний та прогнозний рівень цін на енергетичні ресурси
	1.5. Ставки дисконту за енергозберігаючими проєктами
	1.6. Терміни впровадження та експлуатації енергозберігаючих проєктів
	1.7. Натуральні обсяги виробництва продукції за енергозберігаючими проєктами
2. Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів	2.1. Обсяги та рівень якості наявних та можливих до залучення інформаційних ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.2. Обсяги та рівень якості наявних та можливих до залучення людських ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.3. Обсяги та рівень якості наявних та можливих до залучення матеріальних ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.4. Обсяги та рівень якості наявних та можливих до залучення технічних ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.5. Обсяги та рівень якості наявних та можливих до залучення фінансових ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.6. Витрати на залучення та інші умови залучення підприємствами ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	2.7. Видатки, пов'язані із підвищенням рівня якості наявних у підприємств ресурсів, необхідних для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
3. Існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів	3.1. Наявні у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції зі збирання вхідної інформації, необхідної для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів
	3.2. Наявні у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з оброблення вхідної інформації та формування масиву інформації, необхідної для ухвалення рішень про реалізацію енергозберігаючих проєктів
	3.3. Наявні у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з вибору найкращих варіантів реалізації енергозберігаючих проєктів

Продовження табл. 3.1

1	2
	3.4. Наявні у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з організування ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів
	3.5. Наявні у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з ефективного управління експлуатацією енергозберігаючих проєктів
4. Особисті уподобання та переконання власників та менеджерів підприємств	4.1. Дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності
	4.2. Схильність власників та менеджерів підприємств до ризику
	4.3. Прийнятна для власників та менеджерів підприємств прибутковість понесених інвестиційних витрат
	4.4. Схильність до нагромадження та інші уподобання власників та менеджерів підприємств

Примітка: сформовано автором

ресурсного забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів варто віднести витрати на залучення та інші умови залучення підприємствами необхідних ресурсів, а також видатки, пов'язані із підвищенням рівня якості наявних у підприємств ресурсів;

3) існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів. Зазначені компетенції, своєю чергою, можуть бути поділені за етапами процесу розроблення та реалізації енергозберігаючих заходів;

4) особисті уподобання та переконання власників та менеджерів підприємств. Зокрема, до цих уподобань та переконань варто віднести і підтримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності.

Необхідно відзначити, що вплив представлених у табл. 1 чинників на обсяги енергозбереження на підприємствах та зміну їх фінансово-економічних результатів має опосередкований характер. Інакше кажучи, цей вплив відбувається через певну сукупність інших чинників. Огляд літературних джерел, зокрема праць [119, 140, 159, 164], а також власні дослідження дають змогу змодельовати механізм впливу чинників, поданих у табл. 3.1, на зміну обсягів

енергоспоживання на підприємствах та величину їхнього прибутку. Зазначений механізм зображено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Механізм впливу чинників на зміну обсягів енергоспоживання на підприємстві та на величину прибутку від його операційної діяльності

Примітка: сформовано автором, опубліковано у [143]

З рис. 3.1 випливає, що перелічені у табл. 3.1 чотири групи чинників справляють безпосередній вплив на зміну енергоефективності діяльності. Стосовно впливу зміни енергоефективності на зміну обсягів енергоспоживання на підприємствах, а також на зміну прибутку, то такий вплив може бути оцінений, зокрема, на основі інформації про прогнозні значення відповідних показників. Наприклад, зміна обсягів енергоспоживання визначається прогнозними натуральними обсягами виробництва продукції та рівнем енергоефективності. При цьому можливою є наявність так званого ефекту відскоку щодо

енергоспоживання, за якого збільшення енергоефективності може зумовити підвищення збутових можливостей підприємств, що, своєю чергою, зумовить потребу у збільшенні обсягів виробництва ними певних видів продукції. Зрештою, вплив зміни обсягів енергоспоживання на величину прибутку підприємства відбувається, насамперед, через зміну поточних витрат на придбання енергоресурсів. Водночас, на величину прибутку компанії може впливати і зміна деяких інших витрат підприємства внаслідок реалізації ним енергозберігаючих проєктів. Наприклад, така реалізація може призвести до зростання амортизаційних відрахувань (якщо нове енергозберігаюче устаткування є достатньо дорогим), збільшення витрат на інші види енергоресурсів (якщо відбувається заміщення одних видів енергоносіїв іншими) тощо.

Загалом, послідовність оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств, та, відповідно, на зміну їхнього прибутку повинна включати такі основні етапи дій (рис. 3.2):

Етап 1. Вибір базового та звітного періодів, а також виду енергетичних ресурсів. Оскільки оцінювання зміни досліджуваних показників відбуватиметься на засадах зіставлення їх значень, потрібно, щоб проміжок часу, який розглядається, був достатньо великим. Зокрема, якщо базовий та звітний періоди є календарними роками, то тривалість проміжку часу між цими періодами повинна бути не меншою одного календарного року.

Етап 2. Формування вибірки досліджуваних підприємств. Таке формування варто здійснювати за видами економічної діяльності, забезпечуючи при цьому, щоб у вибірку потрапляли компанії з приблизно однаковим рівнем енергоефективності (можливо також поділити підприємства на групи за рівнем енергоефективності та виконувати усі подальші дії окремо за кожною такою групою). Задоволення цих умов до вибірки підприємств дає змогу елімінувати вплив на енергоефективність тих чинників, які визначають економічну ефективність та зумовлюють доцільність реалізації енергозберігаючих проєктів. Дійсно, економічна ефективність інвестування у будь-який енергозберігаючий

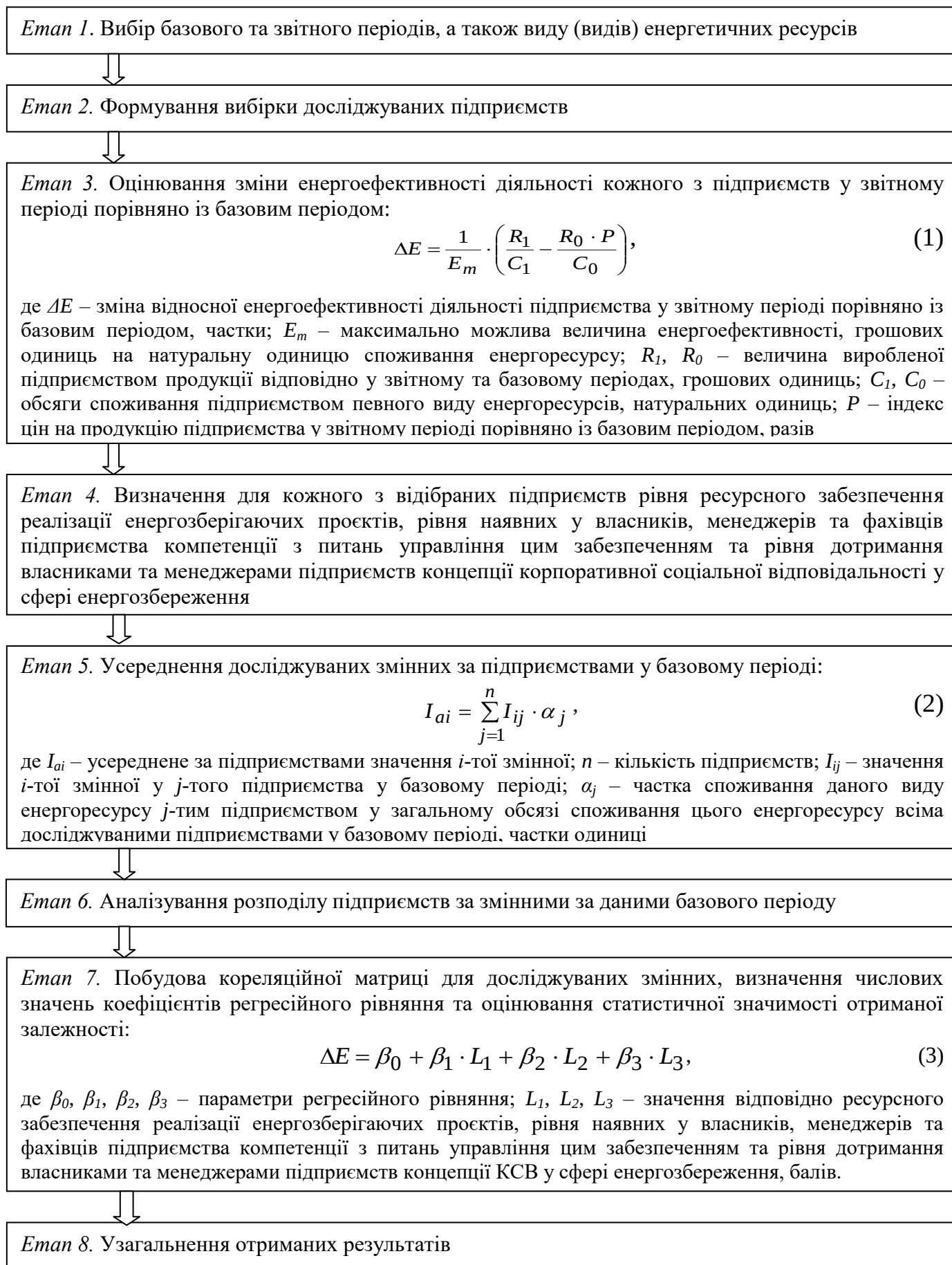


Рис. 3.2. Послідовність оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств

Примітка: сформовано автором

захід визначається, насамперед, очікуваною зміною норм витрат енергоресурсу, потрібними інвестиціями в енергозбереження у розрахунку на одиницю продукції та ціною на цей енергоресурс. Своєю чергою, зміна норм витрат енергоресурсу є різницею між фактичними та очікуваним після реалізації енергозберігаючого заходу значеннями цих норм. Тоді, якщо відібрано компанії з приблизно однаковим рівнем енергоефективності у базовому періоді, то це означатиме, що норми витрат енергоресурсу у таких компаній у цьому періоді теж є приблизно однаковими. Зрештою, якщо всі відібрані компанії належать до одного виду економічної діяльності, то рівень інших чинників, які впливають на економічну ефективність інвестування в енергозбереження, на цих підприємствах буде однаковим. Отже, і прогнозний рівень такої ефективності для усіх відібраних компаній буде однаковим. Тому, якщо у таких компаній відрізняються значення приросту відносної енергоефективності діяльності у звітному періоді порівняно із базовим періодом, то такі відмінності не можуть бути зумовлені впливом економічної ефективності енергозберігаючих проєктів. Таким чином, сформувавши вибірку компаній одного виду економічної діяльності з приблизно однаковим базовим рівнем енергоефективності, можливо елімінувати вплив чинників, які визначають прибутковість та зумовлюють доцільність реалізації енергозберігаючих проєктів.

Етап 3. Оцінювання зміни енергоефективності діяльності кожного з підприємств у звітному періоді порівняно із базовим періодом. Оскільки енергоефективність на рівні підприємств визначається, як правило, діленням вартості виробленої продукції на натуральні витрати енергоресурсів, то важливо, щоб зазначена продукція вимірювалася у зіставимих цінах. Крім того, варто привести енергоефективність до безрозмірного вигляду (це дає змогу здійснювати різноманітні зіставлення, зокрема за різними видами енергоресурсів та різними видами економічної діяльності). З цією метою пропонується застосовувати показник відносної енергоефективності. Цей показник варто обчислювати як відношення енергоефективності на певному підприємстві у певний проміжок часу

до максимально можливого значення енергоефективності у звітному періоді. Це значення може братися, зокрема, на рівні того підприємства, у якого воно є найбільшим. З урахуванням цих міркувань зміна відносної енергоефективності діяльності певного підприємства у звітному періоді порівняно із базовим періодом буде визначатися за такою формулою:

$$\Delta E = \frac{1}{E_m} \cdot \left(\frac{R_1}{C_1} - \frac{R_0 \cdot P}{C_0} \right), \quad (3.1)$$

де ΔE – зміна відносної енергоефективності діяльності підприємства у звітному періоді порівняно із базовим періодом, частки;

E_m – максимально можлива величина енергоефективності, грошових одиниць на натуральну одиницю споживання енергоресурсу;

R_1, R_0 – величина виробленої підприємством продукції відповідно у звітному та базовому періодах, грошових одиниць;

C_1, C_0 – обсяги споживання підприємством певного виду енергоресурсів, натуральних одиниць;

P – індекс цін на продукцію підприємства у звітному періоді порівняно із базовим періодом, разів.

Етап 4. Визначення для кожного з відібраних підприємств рівня ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів, рівня наявних у власників, менеджерів та фахівців підприємства компетенції з питань управління цим забезпеченням та рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження. Щодо інших чинників, які характеризують особисті уподобання та переконання власників та менеджерів, то припускається, що вони певною мірою детермінуються наявними у власників та менеджерів компетенціями. Водночас, якщо кінцеві результати дослідження не виявляться статистично значущими, то у цьому випадку доцільно додати до розгляду інші чинники, що характеризують особисті уподобання та переконання власників та менеджерів

Необхідно відзначити, що оцінювання перелічених вище чинників може відбуватися у балах згідно оціночних шкал, представлених у табл. 3.2. Як можна побачити з цієї таблиці за кожним чинником його рівень для певного підприємства може приймати одне з чотирьох можливих значень.

Етап 5. Усереднення досліджуваних змінних за підприємствами у базовому періоді. З цією метою варто скористатися такою формулою:

$$I_{ai} = \sum_{j=1}^n I_{ij} \cdot \alpha_j, \quad (3.2)$$

де I_{ai} – усереднене за підприємствами значення i -тої змінної;

n – кількість підприємств;

I_{ij} – значення i -тої змінної у j -того підприємства у базовому періоді;

α_j – частка споживання даного виду енергоресурсу j -тим підприємством у загальному обсязі споживання цього енергоресурсу всіма досліджуваними підприємствами у базовому періоді, частки одиниці.

Етап 6. Аналізування розподілу підприємств за досліджуваними змінними за даними базового періоду. Таке аналізування повинно передбачати, зокрема, поділ підприємств на групи залежно від діапазону, у який потрапляють змінні.

Етап 7. Побудова кореляційної матриці для досліджуваних змінних, визначення числових значень коефіцієнтів регресійного рівняння та оцінювання статистичної значимості отриманої залежності. При цьому, враховуючи відібрані змінні, зазначене рівняння матиме такий загальний вигляд:

$$\Delta E = \beta_0 + \beta_1 \cdot L_1 + \beta_2 \cdot L_2 + \beta_3 \cdot L_3, \quad (3.3)$$

де $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ – параметри регресійного рівняння;

L_1, L_2, L_3 – значення відповідно ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів, рівня наявних у власників, менеджерів та фахівців підприємства компетенції з питань управління цим забезпеченням та рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, балів.

Таблиця 3.2

Пропоноване бальне оцінювання окремих чинників, які справляють вплив на енергоефективність діяльності підприємств

Рівні відповідних чинників	Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів		Існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів		Дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження	
	Характеристика	Балів	Характеристика	Балів	Характеристика	Балів
Нульовий	Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів є відсутнім	0	Власники, менеджери та фахівці підприємств зовсім не володіють цими компетенціями	0	Власники та менеджери не дотримуються концепції	0
Низький	Ресурсне забезпечення дає змогу реалізувати лише дуже малі та поодинокі енергозберігаючі проєкти	1	Власники, менеджери та фахівці підприємств володіють лише початковими компетенціями	1	Власники та менеджери лише епізодично дотримуються концепції	1
Середній	Ресурсне забезпечення дає змогу реалізувати лише певну кількість енергозберігаючих проєктів, але є недостатнім для реалізації широкомасштабних програм енергозбереження	2	Власники, менеджери та фахівці підприємств у цілому володіють основними компетенціями	2	Власники та менеджери у цілому дотримуються концепції	2
Високий	Ресурсне забезпечення є достатнім для реалізації широкомасштабних програм енергозбереження	3	Власники, менеджери та фахівці підприємств досконало володіють усіма компетенціями	3	Власники та менеджери повністю дотримуються концепції	3

Примітка: сформовано автором, опубліковано у [143]

Етап 8. Узагальнення отриманих результатів. Таке узагальнення передбачає формування за досліджуваними видами економічної діяльності масиву даних про величину впливу корпоративної соціальної відповідальності на два головні індикатори, а саме:

1) Відносну ефективність споживання підприємствами певного виду енергоресурсу. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на цю ефективність оцінюється показником β_3 у рівнянні (3.3);

2) Частку операційного прибутку у величині операційних доходів підприємств. Використання цього показника дає змогу подати величину прибутку у відносному виразі, що полегшує співставлення отриманих результатів за різними видами економічної діяльності. При цьому величина впливу корпоративної соціальної відповідальності на частку операційного прибутку у величині операційних доходів може бути обчислена за допомогою такої формули:

$$\gamma = \frac{\gamma_{ea} \cdot L_{a3} \cdot \beta_3}{E_m} - \gamma_{oa}, \quad (3.4)$$

де γ – величина впливу корпоративної соціальної відповідальності на частку операційного прибутку у величині операційних доходів підприємств, частки одиниць;

γ_{ea} – середня за підприємствами частка витрат на придбання даного виду енергоресурсів в операційних доходах звітного періоду, частки одиниці;

L_{a3} – середнє за підприємствами значення рівня дотримання концепції корпоративної соціальної відповідальності, балів;

γ_{oa} – середня за підприємствам частка окремих витрат (окрім витрат на придбання даного енергоресурсу) в операційних доходах, викликана реалізацією підприємствами енергозберігаючих проєктів впродовж досліджуваного проміжку часу, частки одиниці.

Необхідно відзначити, що перехід до восьмого етапу описаної вище послідовності дій можливим лише за умов статистичної значимості рівняння (3.3) та відсутності описаного вище ефекту відскоку в енергоспоживанні. У разі, якщо

хоча б одна з цих умов не виконується, необхідним є коригування процесу дослідження. Таке коригування, зокрема, може передбачати введення у розгляд додаткових змінних, про що вже зазначалося вище четвертого етапу запропонованої послідовності дій.

Необхідно відзначити, що для багатьох країн на теперішній час актуальним є питання скорочення споживання природного газу. До таких країн належить і Україна. Тому було розглянуто три галузі промисловості (види економічної діяльності) України, для яких є притаманними достатньо високі питомі витрати природного газу. Перелік цих галузей представлено у табл. 3.3. При цьому базовим та звітним періодами обрано відповідно 2022 та 2023 роки.

Таблиця 3.3

Середні значення окремих змінних за досліджуваними підприємствами у базовому році

Назви змінних	Середні за підприємствами значення змінних за видами економічної діяльності		
	Створення виробів з металу	Створення скла та виробів зі скла	Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини
1. Відносна ефективність використання природного газу, частки одиниці	0, 524	0, 475	0,598
2. Рівень ресурсного забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів, балів	1,763	1,616	1,504
3. Рівень існуючих у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів, балів	1,987	1,564	1,707
4. Рівень дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, балів	1,520	1,432	1,643

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток Б), опубліковано у [143]

За кожним видом економічної діяльності було зібрано дані про 50 підприємств, які розташовані у західному регіоні України. На подальшому етапі дослідження досліджувані підприємства за кожною галуззю були поділені на групи з низькою, середньою та високою ефективністю використання природного

газу у базовому році. Саме підприємства першої групи (їх загальна кількість становить 87) і було обрано як остаточні об'єкти дослідження. Оцінивши величину обраних змінних за кожним підприємством у базовому році, за формулою (2) було визначено усереднені їх значення. Як можна побачити з даних, представлених у табл. 3, середні значення усіх досліджуваних змінних є не дуже високими. Зокрема, відносна ефективність використання природного газу коливається від 0,475 до 0,598 (тобто від 47,5% до 59,8% від максимально можливої). Щодо бальної величини чинників впливу на цю ефективність, то у більшості випадків вона знаходиться у діапазоні від 1,5 до 2,0 (при максимально можливому значенні, що дорівнює 3,0).

На подальшому етапі дослідження значення, обраховані за формулою (3.1) за кожним підприємством, було поділені на три групи: низькі (менші 0,05), середні (від 0,05 до 0,1) та високі (більші 0,1). Як можна побачити з даних табл. 3.4 за усіма трьома видами економічної діяльності більшість підприємств належать до групи із середніми значеннями зміни відносної ефективності використання природного газу.

Таблиця 3.4

Розподіл досліджуваних підприємств за величиною зміни відносної ефективності використання природного газу впродовж 2021-2023 рр.

Назви показників	Значення показників за видами економічної діяльності		
	Створення виробів з металу	Створення скла та виробів зі скла	Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини
1. Загальна кількість підприємств	29	36	32
2. Кількість підприємств, у яких зміна відносної ефективності використання природного газу:			
2.1. Низька	8	10	8
2.2. Середня	16	19	17
2.3. Висока	5	7	7

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток Б), опубліковано у [143]

Також досліджувані підприємства було поділено на групи і за рівнем чинників впливу на енергоефективність господарської діяльності. З цією метою було виділено три типи значень цих чинників: низькі (менші 1,5), середні (від 1,5 до 2,5) та високі (більші 2,5). Як видно з даних, наведених у табл. 3.5 та табл. 3.6, за усіма трьома чинниками та за усіма досліджуваними видами економічної діяльності значення цих змінних у більшості компаній є середніми, тобто знаходяться у діапазоні від 1,5 до 2,5. Зокрема, стосовно дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, то частка підприємств із середнім рівнем цього чинника становила: для підприємств, які здійснюють створення виробів з металу, – 58,62%; для підприємств, які здійснюють створення скла та виробів зі скла, – 58,33%; для підприємств, які здійснюють створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини, – 65,63%.

Таблиця 3.5

Розподіл досліджуваних підприємств за рівнем окремих чинників, які справляють вплив на енергоефективність господарської діяльності

Назви чинників	Рівень чинників	Кількість підприємств за видами економічної діяльності		
		Створення виробів з металу	Створення скла та виробів зі скла	Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини
Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів	Нульовий	0	0	0
	Низький	6	5	7
	Середній	19	25	20
	Високий	4	6	5
Існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів	Нульовий	0	0	0
	Низький	5	6	5
	Середній	18	22	22
	Високий	6	8	5
Дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження	Нульовий	0	0	0
	Низький	7	8	7
	Середній	17	21	21
	Високий	5	7	4

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток Б), опубліковано у [143]

Таблиця 3.6

Частки кількості досліджуваних підприємств за рівнем окремих чинників, які справляють вплив на енергоефективність господарської діяльності

Назви чинників	Рівень чинників	Частки кількості досліджуваних підприємств за рівнем окремих чинників, які справляють вплив на енергоефективність, у загальній кількості цих підприємств за видами економічної діяльності, %		
		Створення виробів з металу	Створення скла та виробів зі скла	Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини
Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів	Нульовий	0,00	0,00	0,00
	Низький	20,69	13,89	21,88
	Середній	65,52	69,44	62,50
	Високий	13,79	16,67	15,63
Існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів	Нульовий	0,00	0,00	0,00
	Низький	17,24	16,67	15,63
	Середній	62,07	61,11	68,75
	Високий	20,69	22,22	15,63
Дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження	Нульовий	0,00	0,00	0,00
	Низький	24,14	22,22	21,88
	Середній	58,62	58,33	65,63
	Високий	17,24	19,44	12,50

Примітка: розраховано автором, опубліковано у [143]

Отже, можна припустити, що наявний рівень досліджуваних чинників може сприяти відчутному зростанню енергоефективності діяльності досліджуваних підприємств впродовж 2021–2023 рр.

Для встановлення статистичної залежності між досліджуваними чинниками та зміною відносної ефективності використання підприємствами природного газу впродовж 2021-2023 рр. було використано методи кореляційно-регресійного аналізу. Як випливає з даних, наведених у табл. 3.7, кожна з трьох незалежних змінних справляє помірний вплив на результуючий показник. При цьому суттєвого взаємного впливу між незалежними змінним не спостерігається. Що ж стосується регресійної моделі (3.3), то як видно з даних табл. 3.8, проведена

параметризація цієї моделі призвела до отримання статистично значущої залежності між обраними чинниками впливу та зміною ефективності споживання природного газу підприємствами. При цьому цей висновок є справедливим для усіх трьох видів економічної діяльності, які розглядалися.

Таблиця 3.7

Значення коефіцієнтів кореляції між досліджуваними змінними

Позначення змінних	ΔE	L_1	L_2	L_3
ΔE	1,000			
L_1	0,535	1,000		
L_2	0,442	0,275	1,000	
L_3	0,486	0,230	0,187	1,000

Примітка: позначення змінних відповідають їх позначенням у рівнянні (3.3)

Примітка: розраховано автором

Таблиця 3. 8

Результати регресійного аналізу залежності між обраними незалежними змінними та рівнем зміни відносної ефективності використання підприємствами природного газу за видами економічної діяльності

Види економічної діяльності	Коефіцієнти регресії			R^2	$F\text{-value}$	$t\text{-value}$		
	β_1	β_2	β_3			$t_{\beta 1}$	$t_{\beta 2}$	$t_{\beta 3}$
1. Створення виробів з металу	0,022	0,031	0,019	0,758	76,13	3,516	4,357	3,986
2. Створення скла та виробів зі скла	0,025	0,029	0,021	0,801	54,29	4,659	5,112	4,241
3. Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини	0,031	0,024	0,018	0,716	60,86	3,687	4,421	4,074

Примітка: розраховано автором

Проведений аналіз показав також, що за усіма трьома видами економічної діяльності ефект відскоку у споживанні природного газу є відсутнім. Отже, для проведення підсумкових обрахунків можна застосувати формулу (3.4). Результати такого застосування представлені у табл. 3.9.

Таблиця 3.9

Результати оцінювання впливу корпоративної соціальної відповідальності на відносну ефективність споживання підприємствами природного газу та на частку операційного прибутку у величині операційних доходів цих підприємств

Види економічної діяльності	Середня зміна відносної ефективності споживання природного газу при зміні рівня дотримання концепції корпоративної соціальної відповідальності на 1 бал	Середня зміна частки операційного прибутку у величині операційних доходів при зміні рівня дотримання концепції корпоративної соціальної відповідальності на 1 бал
1. Створення виробів з металу	0,019	0,006
2. Створення скла та виробів зі скла	0,021	0,007
3. Створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини	0,018	0,005

Примітка: розраховано автором

Отже, як впливає з даних табл. 3.9 при збільшенні на один бал рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження середня зміна відносної ефективності споживання природного газу та середня зміна частки операційного прибутку у величині операційних доходів відповідно складають: для підприємств, які здійснюють створення виробів з металу, – 0,019 та 0,006; для підприємств, які здійснюють створення скла та виробів зі скла, – 0,021 та 0,007; для підприємств, які здійснюють створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини, – 0,018 та 0,005.

3.2. Планування розвитку корпоративної соціальної відповідальності

На теперішній час для низки підприємств України наявною є тенденція до зростання обсягів їх зовнішньоекономічної діяльності. Водночас, гостро постає проблема забезпечення сталого розвитку, у вирішенні якої важливу роль відіграє соціальна відповідальність суб'єктів підприємництва. При цьому реалізація заходів щодо такої відповідальності потребує їх попереднього планування, що, зокрема, передбачає обґрунтований відбір тих заходів, які справлятимуть найбільш позитивний вплив на соціально-економічні результати діяльності компаній.

Процес планування заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинен базуватися на дотриманні низки принципів, до головних з яких варто віднести такі (рис. 3.3) [89]:

- принцип забезпечення досягнення цілей сталого розвитку, що постулює необхідність враховувати при розробленні програми заходів з КСВ потребу такого досягнення як на глобальному рівні, так і на рівні даного підприємства;
- принцип всебічності, що передбачає розгляд усіх можливих заходів з КСВ та усіх напрямів зовнішньоекономічної діяльності, за якими вона відбувається на даному підприємстві;
- принцип ресурсного забезпечення реалізації заходів, згідно якого реалізація заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинна бути забезпечена належними обсягами виробничих, фінансових та інформаційних ресурсів;
- принцип організаційного забезпечення реалізації заходів, згідно якого реалізація заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинна бути належним чином організованою, зокрема з точки зору дієвості існуючої організаційної структури управління підприємством, наявності у його персоналу необхідних компетенцій тощо;



Рис. 3.3. Система головних принципів планування заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Джерело: розроблено автором, опубліковано у [89]

– принцип обґрунтованості, згідно якого заходи з КСВ повинні бути належним чином обґрунтовані з урахуванням очікуваної величини соціально-економічного ефекту від їхньої реалізації та обсягів інвестицій, які потрібно вкласти у здійснення відповідних заходів;

– принцип оптимальності, що передбачає необхідність використання оптимізаційного підходу до складання програми заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Згідно цього підходу потрібним є забезпечення отримання максимально можливої величини фінансово-економічних результатів від впровадження програми заходів з урахуванням наявних у суб'єкта господарювання ресурсних та інших обмежень;

– принцип фінансової результативності, згідно якого при розробленні заходів з КСВ необхідно намагатися забезпечити отримання підприємством певної величини фінансово-економічних результатів від провадження ним своєї зовнішньоекономічної діяльності;

– принцип гнучкості, згідно якого необхідним є коригування розробленої раніше програми заходів з КСВ у разі зміни умов та можливостей реалізації цієї програми, якщо ця зміна призводить до потреби у проведенні зазначеного коригування;

– принцип належного забезпечення зацікавлених осіб інформацією про ті заходи з КСВ, які підприємство реалізувало або передбачає реалізувати у майбутньому.

Необхідно відзначити, що перелічені принципи утворюють певну систему (див. рис. 3.3). Це відображається у тому, що деякі з цих принципів повинні бути враховані у процесі дотримання підприємством інших принципів.

Також потрібно відмітити ту обставину, що розроблення програми заходів з КСВ у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства слід виконувати у певній послідовності. Ця послідовність повинна передбачати здійснення таких основних дій (рис. 3.4) [89]:

1) попереднє складання програми заходів з КСВ за видами цієї відповідальності. Зокрема, як зазначається багатьма дослідниками, варто виділяти такі головні види цієї відповідальності, як етична, екологічна, філантропічна та економічна. Водночас, потрібно враховувати, що заходи з КСВ часто можуть стосуватися одночасно декількох їхніх видів;

2) виділення зацікавлених у здійсненні підприємством заходів із соціальної відповідальності осіб, які є існуючими або потенційними контрагентами у провадженні підприємством зовнішньоекономічної діяльності за кожним з її напрямів. Зокрема, варто виокремлювати такі основні напрями зовнішньоекономічної діяльності, як: експорт та імпорт товарів; експорт та імпорт

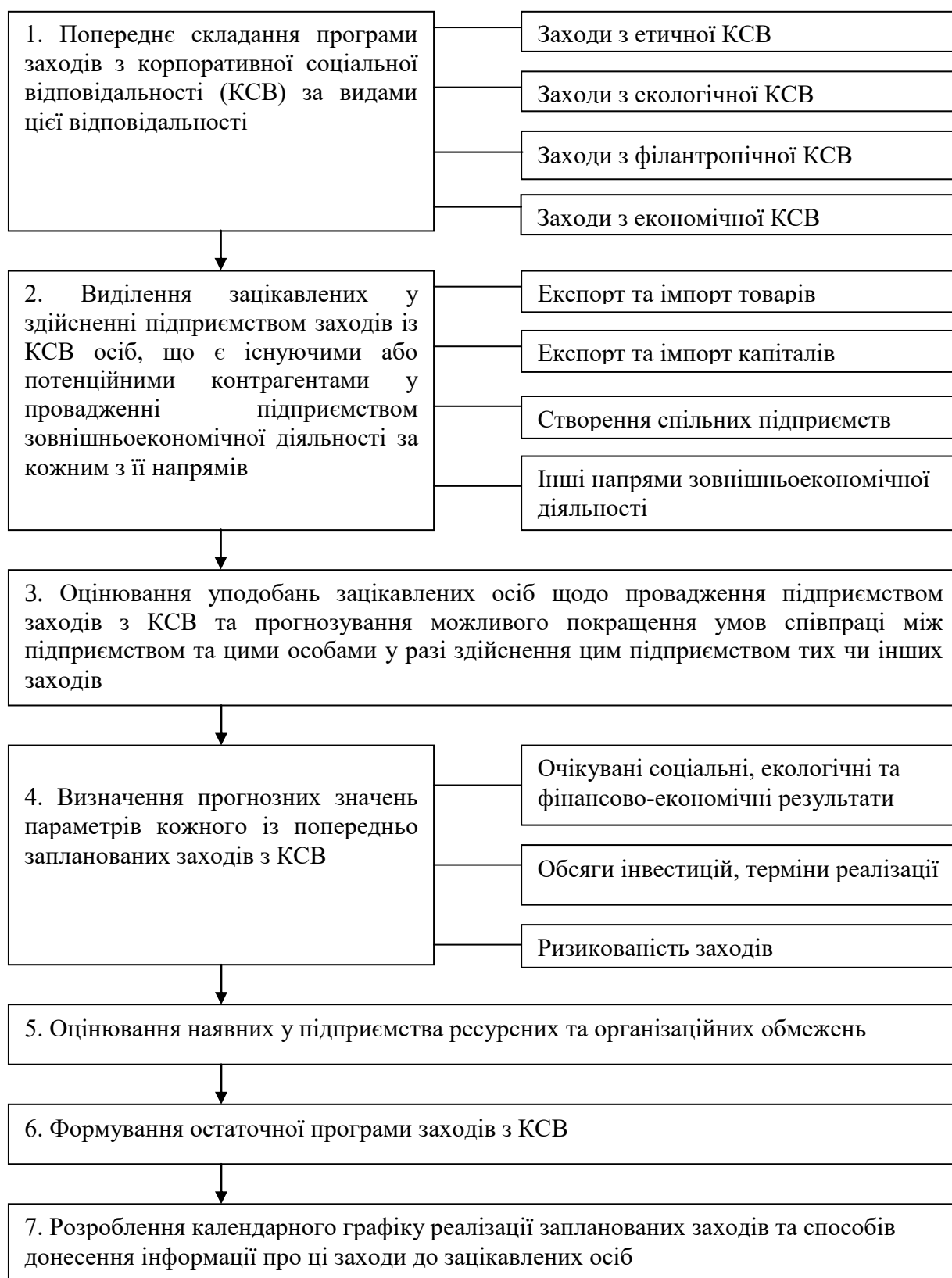


Рис. 3.4. Послідовність розроблення програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Джерело: розроблено автором, опубліковано у [89]

капіталів; створення спільних підприємств; інші напрями діяльності (зокрема експорт та імпорт робочої сили; надання підприємствами України послуг іноземним суб'єктам господарювання та надання послуг іноземними суб'єктами господарювання підприємствам України; наукова, виробнича та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарювання тощо);

3) оцінювання уподобань зацікавлених осіб щодо провадження підприємством заходів з КСВ та прогнозування можливого покращення умов співпраці між підприємством та цими особами у разі здійснення підприємством тих чи інших заходів. При цьому зазначене прогнозування повинно базуватися на детальному вивченні попереднього досвіду різних підприємств, які здійснювали зовнішньоекономічну діяльність, стосовно впливу тих чи інших заходів з КСВ на покращення репутації цих підприємств та, як наслідок, на поліпшення умов співпраці між цими підприємствами та їх зарубіжними контрагентами;

4) визначення прогнозних значень параметрів кожного із попередньо запланованих заходів з КСВ. До таких параметрів можуть бути, зокрема, віднесені очікувані соціальні, екологічні та фінансово-економічні результати реалізації запланованих заходів. При цьому потрібно брати до уваги значну кількість різновидів кожного з трьох перелічених видів результатів. Для прикладу, очікувані економічні результати від провадження суб'єктом підприємництва тих чи інших заходів з КСВ можуть відображатися у зростанні обсягів збуту продукції, додатковому економічному зиску від пришвидшення укладання контрактів з контрагентами, забезпеченні стабільного надходження доходів, збільшенні прибутків внаслідок покращення умов отримання коштів від інвесторів та кредиторів тощо. Також до важливих параметрів кожного із попередньо запланованих заходів з КСВ потрібно віднести обсяги необхідних інвестицій у провадження цих заходів та очікувану тривалість їхньої реалізації. Зрештою, до таких параметрів варто додати і ризикованість заходів, яка проявляється у загрозі неотримання або недоотримання сподіваних соціально-економічних результатів за ними;

5) оцінювання наявних у підприємства ресурсних та організаційних обмежень. Насамперед, це стосується визначення наявних у підприємства обмежень стосовно обсягів інвестиційних ресурсів, які даний суб'єкт господарювання здатен вкласти у реалізацію заходів з КСВ у плановому періоді;

6) формування остаточної програми заходів з КСВ для даного підприємства. Таке формування повинно передбачати забезпечення отримання підприємством максимально можливої величини економічного ефекту, який може бути обчислено за формулою (2.1);

7) розроблення календарного графіку реалізації запланованих заходів та способів донесення інформації про ці заходи до зацікавлених осіб.

Реалізація запропонованої послідовності дій у практиці підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, дасть змогу підвищити ефективність функціонування цих підприємств на засадах раціоналізації процесу планування заходів з КСВ [89].

Певний інтерес становить питання про те, наскільки сильно впливає якісне планування заходів з КСВ на рівень показників, що характеризують таку відповідальність. Особливо це стосується стратегічного планування зазначених заходів. Щоб дослідити сформульоване питання, у цій роботі українські та китайські підприємства було поділено на три групи, а саме – на: підприємства, які використовують передові методи стратегічного планування заходів з КСВ; підприємства, які здійснюють стратегічне планування заходів з КСВ, але без застосування передових методів; підприємства, які не провадять стратегічне планування заходів з КСВ. Як видно з даних, наведених у табл. 3.10 та 3.11 як для досліджуваних українських підприємств, так і для підприємств Китаю, що розглядаються, ті з них, які характеризуються високим та середнім ступенями КСВ, як правило, здійснюють стратегічне планування заходів з КСВ. При цьому переважна більшість з цих компаній застосовують у процесі такого планування його передові науково обґрунтовані методи. Водночас, для підприємств з низьким

Таблиця 3.10

Показники, що характеризують ступень розповсюдженості практики планування заходів з КСВ на досліджуваних підприємствах України

Назви показників	Значення показників за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Загальна кількість підприємств	4	10	16
1.2. Кількість підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ	4	10	6
1.3. Кількість підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	3	7	2
1.4. Частка кількості підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ, у загальній кількості підприємств, %	100,00	100,00	37,50
1.5. Частка підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	75,00	70,00	33,33
2. За досліджуваними підприємствами, які проводять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Загальна кількість підприємств	3	5	4
2.2. Кількість підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ	3	5	1
2.3. Кількість підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	3	4	0
2.4. Частка кількості підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ, у загальній кількості підприємств, %	100,00	100,00	25,00
2.5. Частка підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	100,00	80,00	0,00

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А)

Таблиця 3.11

Показники, що характеризують ступень розповсюдженості практики планування заходів з КСВ на досліджуваних підприємствах Китаю

Назви показників	Значення показників за групами підприємств		
	Підприємства з високим ступенем КСВ	Підприємства із середнім ступенем КСВ	Підприємства з низьким ступенем КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Загальна кількість підприємств	5	12	13
1.2. Кількість підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ	5	11	5
1.3. Кількість підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	5	9	2
1.4. Частка кількості підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ, у загальній кількості підприємств, %	100,00	91,67	38,46
1.5. Частка підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	100,00	81,82	40,00
2. За досліджуваними підприємствами, які проводять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Загальна кількість підприємств	3	6	5
2.2. Кількість підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ	3	6	1
2.3. Кількість підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	3	5	0
2.4. Частка кількості підприємств, які проводять стратегічне планування заходів з КСВ, у загальній кількості підприємств, %	100,00	100,00	20,00
2.5. Частка підприємств, які у процесі стратегічного планування заходів з КСВ використовують передові науково обґрунтовані методи такого планування	100,00	83,33	0,00

Примітка: розраховано автором за даними, зібраними за допомогою анкетного опитування (додаток А)

ступенем КСВ ситуація є прямо протилежною – більшість з них стратегічного планування заходів з КСВ взагалі не проводять.

На подальшому етапі дослідження було відібрано два часткові індикатори оцінювання КСВ, а саме – частку обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій та частку обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції. Значення цих показників за досліджуваними компаніями було обраховано раніше при написанні підрозділу 2.3 даної роботи. Водночас, тепер було обчислено середні значення відібраних часткових індикаторів оцінювання КСВ за групами підприємства, поділеними за рівнем якості стратегічного планування заходів з КСВ. Таке обчислення як для українських, так і для китайських підприємств було виконано за усіма досліджуваними компаніями та окремо за компаніями, які проводять зовнішньоекономічну діяльність.

Результати проведених згідно описаної процедури розрахунків подано у табл. 3.12 (для українських компаній) та табл. 3.13 (для китайських компаній). Як можна побачити з цих результатів, існує достатньо чітка тенденція до збільшення частки обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, вкладених досліджуваними компаніями у свою діяльність, при зростанні рівня якості стратегічного планування цими компаніями заходів з КСВ. Так само, простежується доволі стійка тенденція до збільшення частки обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції досліджуваними підприємствами, якщо наявний у цих підприємств рівень якості стратегічного планування заходів з КСВ зростає. Використання методу однофакторного дисперсійного аналізу показало, що зазначені залежності є статистично значимими, оскільки фактичні значення F -критерію як для українських, так і для китайських підприємств перевищують критичні значення цього критерію. Отже, покращення якості стратегічного планування заходів з КСВ варто розглядати як важливий напрям підвищення рівня цієї відповідальності.

Таблиця 3.12

Вихідні дані та результати оцінювання впливу розповсюдженості практики планування заходів з КСВ на середні значення деяких показників, що характеризують цю відповідальність у досліджуваних підприємств України

Назви показників	Значення показників за групами тих підприємств		
	Які використо- вують передові методи стратегічного планування заходів з КСВ	Які здійснюють стратегічне планування заходів з КСВ, але без застосування передових методів	Які не проводять стратегічне планування заходів з КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Кількість підприємств	12	8	10
1.2. Середня за групами підприємств частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, %	2,71	2,03	1,17
1.3. Середній за групами частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції, %	56,24	51,97	40,46
1.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою обсягів інвестицій у заходи з КСВ	6,76		
1.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою продукції, виготовленої із використанням енергозберігаючих технологій	7,09		
2. За досліджуваними підприємствами, які проводять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Кількість підприємств	7	2	3
2.2. Середня за групами підприємств частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, %	2,82	2,14	1,25
2.3. Середній за групами частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції, %	57,09	52,65	40,92
2.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою обсягів інвестицій у заходи з КСВ	6,57		
2.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою продукції, виготовленої із використанням енергозберігаючих технологій	7,57		

Примітка: розраховано автором

Таблиця 3.13

Вихідні дані та результати оцінювання впливу розповсюдженості практики планування заходів з КСВ на середні значення деяких показників, що характеризують цю відповідальність у досліджуваних підприємств Китаю

Назви показників	Значення показників за групами тих підприємств		
	Які використо- вують передові методи стратегічного планування заходів з КСВ	Які здійснюють стратегічне планування заходів з КСВ, але без застосування передових методів	Які не проводять стратегічне планування заходів з КСВ
1. За усіма досліджуваними підприємствами			
1.1. Кількість підприємств	16	5	9
1.2. Середня за групами підприємств частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, %	2,87	2,21	1,29
1.3. Середній за групами частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції, %	60,34	53,98	43,14
1.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою обсягів інвестицій у заходи з КСВ	7,24		
1.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою продукції, виготовленої із використанням енергозберігаючих технологій	5,87		
2. За досліджуваними підприємствами, які проводять зовнішньоекономічну діяльність			
2.1. Кількість підприємств	8	2	4
2.2. Середня за групами підприємств частка обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, %	3,00	2,27	1,33
2.3. Середній за групами частка обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції, %	62,86	54,57	44,63
2.4. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою обсягів інвестицій у заходи з КСВ	6,88		
2.5. Фактичне значення F -критерію для залежності між розповсюдженістю практики планування КСВ та часткою продукції, виготовленої із використанням енергозберігаючих технологій	6,32		

Примітка: розраховано автором

3.3. Визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм

Формуючи стратегії розвитку КСВ, суб'єкти господарювання повинні враховувати можливу нерівнозначність різних заходів з такої відповідальності стосовно забезпечення певного рівня їхньої ефективності, насамперед, економічної. Очевидно, що цей рівень, який варто обчислюватися за наведеною вище формулою (2.2), може суттєво відрізнятися за різними заходами та групами заходів з КСВ. Тому, оскільки обсяги інвестиційних ресурсів, які підприємства мають змогу вкласти у розвиток КСВ, є завжди обмеженими, постає потреба у формуванні програми найбільш ефективних заходів з КСВ, які доцільно реалізовувати компаніям з урахуванням наявних у них фінансових обмежень. Інакше кажучи, мова йде про визначення пріоритетних напрямів розвитку КСВ. При цьому в процесі такого визначення необхідно брати до уваги те, що заходи з розвитку КСВ, які включатимуться в остаточну програму таких заходів, повинні відповідати низці вимог, до найголовніших з яких варто віднести такі:

1) належний рівень ефективності здійснення заходів, тобто цей рівень не повинен бути нижчим за деяку наперед встановлену його величину. Зокрема, якщо розглядати економічну ефективність вкладання інвестицій у заходи з КСВ, то в якості нижньої межі припустимого її рівня можна обрати кредитну ставку. Стосовно випадків соціальної та екологічної ефективності інвестування у заходи з КСВ, то встановлення мінімально припустимого рівня такої ефективності (тобто мінімально припустимої величини відношення соціального або екологічного ефекту від провадження заходів до обсягів інвестиційних витрат у таке провадження) потребує попереднього аналізування інших подібних заходів, які вже було реалізовано або які передбачаються здійснювати. Таке аналізування повинно бути спрямоване, у першу чергу, на встановлення тих достатньо великих рівнів соціальної та екологічної ефективності інвестування у заходи з КСВ, які

реально можуть бути досягнуто і які, відповідно, можуть слугувати певними орієнтирами при розгляді доцільності провадження тих чи інших заходів з КСВ з точки зору їхньої соціальної або екологічної ефективності;

2) обсяги інвестицій у здійснення заходів з КСВ не повинні бути надмірно великими, виходячи з реальних фінансових можливостей компаній. Інакше кажучи, величина інвестиційних витрат у провадження заходів з КСВ повинна кореспондуватися із наявним у підприємств розміром їхнього фінансового потенціалу;

3) реалізація заходів з КСВ повинна забезпечувати додатний ефект та достатню ефективність не лише власникам тих підприємств, які провадять зазначені заходи, але й також іншим групам потенційних бенефіціарів. Мова, насамперед, йде про персонал підприємств та суспільство загалом, зокрема, про територіальні громади. Тому цілком можливою є ситуація за якою, заходи, що забезпечують середній, але припустимий рівень ефективності їхнього провадження одночасно для різних бенефіціарів можуть визнаватися більш пріоритетними, ніж ті заходи, за якими власники підприємств, що їх проваджують, отримують високий рівень прибутковості від такого провадження, тоді як усі інші потенційні бенефіціари одержують від цього низький зиск.

У подальшому у цьому підрозділі буде досліджуватися лише випадок оцінювання економічних результатів та, відповідно, економічної ефективності реалізації заходів з КСВ. Водночас, за такого підходу до розгляду зазначених заходів інші види ефектів (тобто соціальний та екологічний) можуть бути певним чином приведені до економічного. При цьому економічний ефект від здійснення заходів з КСВ може обчислюватися як за формулою (2.1), так і із застосуванням методики обчислення чистої теперішньої вартості, тобто шляхом обрахунку сумарної дисконтованої величини потоку фінансово-економічних результатів від провадження відповідних заходів з подальшим відніманням від цієї величини обсягів інвестиційних витрат у ці заходи (у разі, якщо ці витрати несуться не одноразово, то їхній потік теж підлягає дисконтуванню). Тоді вираз (2.2)

трансформуватиметься у показник індексу дохідності (відношення чистої теперішньої вартості проєкту до обсягів інвестицій у нього), перевагою якого є чітко встановлена мінімально припустима величина цього індикатора (одиниця), за якої реалізація певного заходу може вважатися економічно доцільною.

З урахуванням описаних вище міркувань, можливо побудувати багатокритеріальну модель формування оптимальної програми заходів з КСВ на підприємстві, яка включатиме:

1) критерій оптимізації, який являтиме собою певну функцію від величин економічного ефекту, які отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ власники підприємства, його наймані працівники та інші зацікавлені особи:

$$W = f(E_1, E_2, E_3) \rightarrow \max; \quad (3.5)$$

2) функції величин економічного ефекту, які отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ власники підприємства, його наймані працівники та інші зацікавлені особи, залежно від остаточного складу програми цих заходів:

$$E_1 = \sum_{i=1}^n e_{i1} \cdot w_i; \quad (3.6)$$

$$E_2 = \sum_{i=1}^n e_{i2} \cdot w_i; \quad (3.7)$$

$$E_3 = \sum_{i=1}^n e_{i3} \cdot w_i; \quad (3.8)$$

3) обмеження на загальний обсяг інвестиційних витрат підприємства у здійснення заходів з КСВ:

$$\sum_{i=1}^n i_i \cdot w_i \leq I, \quad (3.9)$$

де W – цільова функція оптимізаційної моделі;

E_1 – величина ефекту від реалізації програми заходів з КСВ для власників підприємства;

E_2 – величина ефекту від реалізації програми заходів з КСВ для найманих працівників підприємства;

E_3 – величина ефекту від реалізації програми заходів з КСВ для інших осіб;

e_{i1} – величина ефекту від реалізації i -того заходу з КСВ для власників підприємства;

w_i – змінна, яка приймає одне з двох значень: нуль (якщо i -тий захід не реалізується) або одиниця (якщо i -тий захід реалізується);

e_{i2} – величина ефекту від реалізації i -того заходу з КСВ для найманих працівників підприємства;

e_{i3} – величина ефекту від реалізації i -того заходу з КСВ для інших осіб;

i_i – потрібні інвестиції у реалізацію i -того заходу з КСВ;

I – загальний ліміт інвестиційних витрат підприємства на реалізацію програми заходів з КСВ.

Отже, застосування наведеної моделі дає змогу оптимізувати програму заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Водночас, у даній моделі є відсутнім чітке визначення алгоритму побудови цільової функції (3.5). Одним з можливих підходів до такої побудови є виконання процедури зважування величин економічного ефекту, які отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ власники підприємства, його наймані працівники та інші особи. У цьому випадку вираз (3.5) матиме такий частковий вигляд:

$$W = E_1 \cdot \alpha_1 + E_2 \cdot \alpha_2 + E_3 \cdot \alpha_3, \quad (3.10)$$

де $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ – коефіцієнти значущості економічного ефекту, які отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ відповідно власники підприємства, його наймані працівники та інші зацікавлені особи; при цьому повинна виконуватися така умова:

$$\sum_{j=1}^3 \alpha_j = 1. \quad (3.11)$$

Водночас, можливо розглянути частковий випадок моделі (3.5) – (3.9), застосування якого дає змогу забезпечити узгодження інтересів усіх потенційних бенефіціарів впровадження зазначених заходів, а саме – власників підприємств, найманих працівників, а також інших осіб, зокрема мешканців територіальних громад. Зазначена модель включатиме:

1) критерій оптимізації, який являтиме собою величину економічного ефекту, який отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ власники даного підприємства:

$$E_1 = \sum_{i=1}^n e_{i1} \cdot w_i \rightarrow \max ; \quad (3.12)$$

2) обчислювані за формулами (3.6)–(3.8) функції величин економічного ефекту, які отримуватимуть від реалізації заходів з КСВ власники підприємства, його наймані працівники та інші зацікавлені особи, залежно від остаточного складу програми цих заходів;

3) обмеження на мінімально припустимі рівні ефективності інвестицій у реалізацію заходів з КСВ відповідно для власників підприємства, його найманих працівників та інших зацікавлених осіб:

$$e_{i1} / i_i \geq r_{i1}; \quad (3.13)$$

$$e_{i2} / i_i \geq r_{i2}; \quad (3.14)$$

$$e_{i3} / i_i \geq r_{i3}; \quad (3.15)$$

4) обмеження на загальний обсяг інвестиційних витрат підприємства у здійснення заходів з КСВ:

$$\sum_{i=1}^n i_i \cdot w_i \leq I, \quad (3.16)$$

де r_1, r_2, r_3 – значення мінімально припустимих рівнів ефективності інвестицій у реалізацію заходів з КСВ відповідно для власників підприємства, його найманих працівників та інших зацікавлених осіб.

Таким чином, використання моделі (3.12)–(3.16) дає змогу сформулювати на певному підприємстві таку програму заходів з КСВ, які б максимізували величину сукупного економічного ефекту від реалізації цих заходів у власників підприємств, забезпечуючи одночасно мінімально припустимий рівень ефективності їхнього здійснення у інших зацікавлених осіб і враховуючи при цьому обмеженість наявних або можливих до залучення обсягів інвестиційних

ресурсів, які дана компанія може використати з метою фінансування програми зазначених заходів.

Розв'язання моделі (3.12)–(3.16) може бути здійснено шляхом виконання такої послідовності дій:

- 1) формування попереднього переліку можливих заходів з КСВ;
- 2) виділення з попереднього переліку заходів тих, економічна ефективність яких для власників підприємства є не меншою від мінімально припустимої. Назвемо сукупність цих заходів множиною заходів, прийнятних для власників підприємства;
- 3) виділення з множини заходів, прийнятних для власників підприємства, підмножини заходів, прийнятних для усіх інших зацікавлених осіб. Отже, ці заходи повинні задовольняти нерівностям (3.13)–(3.15);
- 4) ранжування заходів з їхньої підмножини, побудованої на попередньому етапі дій, у порядку зниження рівня ефективності їхньої реалізації для власників підприємства;
- 5) поступове внесення заходів з підмножини заходів, прийнятних для усіх інших зацікавлених осіб, до остаточної програми заходів. Процес такого внесення зупиняється в одному з двох випадків: або, якщо завершуються усі розглянуті заходи, або, якщо вичерпується ліміт на обсяги інвестиційних витрат, які може понести підприємство на реалізацію заходів з КСВ.

Необхідно відзначити, що наближене розв'язання моделі (3.12)–(3.16) може бути здійснено також і за допомогою евристичних підходів. Зокрема, з цією метою може бути здійснена послідовність дій, наведена на рис. 3.5.

Крім того, потрібно відмітити, що у разі, якщо існують такі заходи з КСВ, які не увійшли у підмножину заходів, прийнятних для усіх зацікавлених осіб, але ці заходи є прийнятними принаймні для власників підприємства, то потрібно розглянути доцільність включення цих заходів у їхню остаточну програму, якщо наявний ліміт на інвестиційні ресурси, які підприємство може вкладати у

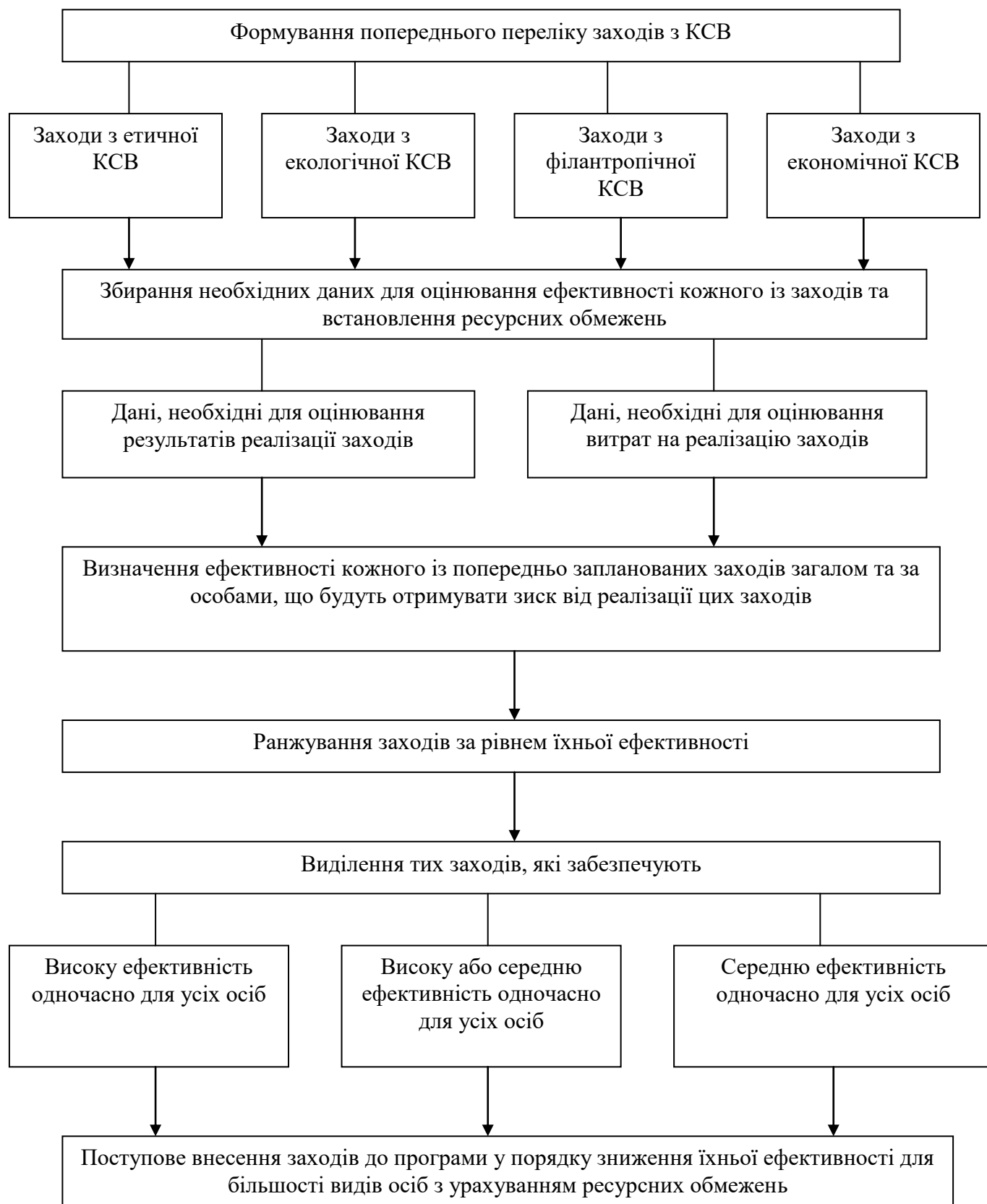


Рис. 3.5. Послідовність визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

Примітка: сформовано автором, опубліковано у [88]

провадження цієї програми, не вичерпався повністю після здійснення наведеної вище послідовності з п'яти дій, необхідних для розв'язання моделі (3.12)–(3.16).

Запропонований вище підхід щодо формування на підприємстві такої програми заходів з КСВ, за якою забезпечується узгодження інтересів усіх потенційних бенефіціарів впровадження зазначених заходів, було використано для досліджуваних українських та китайських підприємств. Окремі результати такого застосування представлені у табл. 3.14 та табл. 3.15. Як видно з даних, наведених у цих таблицях, у значної кількості досліджуваних підприємств існує досить великий потенціал щодо реалізації додаткових заходів з КСВ. Стосовно українських підприємств, то, серед іншого, це стосується заходів з енергозбереження та підвищення соціальних стандартів й рівня якості роботи з персоналом. Щодо китайських підприємств, то до найбільш пріоритетних напрямів розвитку КСВ, крім підвищення соціальних стандартів й рівня якості

Таблиця 3.14

Розподіл досліджуваних підприємств України за групами заходів з КСВ

Назви груп заходів	Кількість підприємств				Відхилення	
	Які фактично впроваджували заходи		Впровадження заходів якими забезпечило би належну ефективність для усіх зацікавлених осіб			
	Одиниць	%	Одиниць	%	Одиниць	%
1. Заходи з підвищення стандартів діяльності з постачання ресурсів, виробництва та збуту продукції	23	76,7	27	90,0	4	13,3
2. Заходи з енергозбереження	12	40,0	21	70,0	9	30,0
3. Інші, окрім енергозбереження, заходи зі зменшення шкідливого впливу на довкілля	6	20,0	12	40,0	6	20,0
4. Заходи із підвищення соціальних стандартів та рівня якості роботи з персоналом	8	26,7	18	60,0	10	33,3
5. Заходи із соціальної підтримки інших, окрім персоналу підприємств, осіб	5	16,7	13	43,3	8	26,7
6. Інші заходи	10	33,3	17	56,7	7	23,3

Примітка: розраховано автором, опубліковано у [88]

Таблиця 3.15

Розподіл досліджуваних підприємств Китаю за групами заходів з КСВ

Назви груп заходів	Кількість підприємств				Відхилення	
	Які фактично впроваджували заходи		Впровадження заходів якими забезпечило би належну ефективність для усіх зацікавлених осіб			
	Одиниць	%	Одиниць	%	Одиниць	%
1. Заходи з підвищення стандартів діяльності з постачання ресурсів, виробництва та збуту продукції	25	83,3	30	100,0	5	16,7
2. Заходи з енергозбереження	16	53,3	22	73,3	6	20,0
3. Інші, окрім енергозбереження, заходи зі зменшення шкідливого впливу на довкілля	8	26,7	15	50,0	7	23,3
4. Заходи із підвищення соціальних стандартів та рівня якості роботи з персоналом	11	36,7	17	56,7	6	20,0
5. Заходи із соціальної підтримки інших, окрім персоналу підприємств, осіб	9	30,0	16	53,3	7	23,3
6. Інші заходи	14	46,7	19	63,3	5	16,7

Примітка: розраховано автором

роботи з персоналом, слід назвати також інші, окрім енергозбереження, заходи зі зменшення шкідливого впливу на довкілля тощо.

Більш детальна інформація про кількість заходів з КСВ, які доцільно додатково провадити на досліджуваних українських та китайських підприємствах, представлена у табл. 3.16. Як видно з даних цієї таблиці, хоча кількість українських та китайських підприємств, що досліджувалися, є однаковою, і вони є приблизно однаковими за розмірами, за переважною більшістю груп заходів з КСВ (за винятком інших, окрім енергозбереження, заходів зі зменшення шкідливого впливу на довкілля) кількість заходів, які доцільно реалізувати українським підприємствам, є більшою, ніж кількість заходів з КСВ, які варто реалізувати підприємствам Китаю. Отже, китайські компанії у середньому краще реалізують наявний у них потенціал розвитку КСВ, ніж українські підприємства.

Таблиця 3.16

Показники кількості заходів з КСВ, які доцільно додатково проводити на досліджуваних українських та китайських підприємствах

Назви груп заходів	Кількість заходів з КСВ, які доцільно додатково проводити			
	На українських підприємствах		На китайських підприємствах	
	Усього	В середньому на одне підприємство	Усього	В середньому на одне підприємство
1. Заходи з підвищення стандартів діяльності з постачання ресурсів, виробництва та збуту продукції	17	0,567	13	0,433
2. Заходи з енергозбереження	29	0,967	16	0,533
3. Інші, окрім енергозбереження, заходи зі зменшення шкідливого впливу на довкілля	19	0,633	21	0,700
4. Заходи із підвищення соціальних стандартів та рівня якості роботи з персоналом	38	1,267	19	0,633
5. Заходи із соціальної підтримки інших, окрім персоналу підприємств, осіб	41	1,367	32	1,067
6. Інші заходи	19	0,633	14	0,467

Примітка: розраховано автором

Загалом, підвищення рівня реалізації як українськими, так і китайськими підприємствами наявного у них потенціалу розвитку КСВ потребує, зокрема, покращення компетентності управлінського персоналу цих підприємств у питаннях оцінювання та управління цим потенціалом. Одним з дієвих способів такого покращення є обмін досвідом між різними підприємствами у питаннях КСВ. Зокрема, важливим інструментом такого обміну є поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Як показало проведене дослідження, багато і українських, і китайських підприємств, що розглядалися, мають певні навички щодо впровадження заходів з КСВ. При цьому у підприємств, які проводять зовнішньоекономічну діяльність інтенсивність такого провадження є, як правило, більшою. Отже, поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм на засадах обміну досвідом у питаннях КСВ дасть змогу підвищити зазначену інтенсивність.

Висновки за розділом 3

1. У роботі було розроблено метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств. Цей метод базується на механізмі впливу чинників на рівень енергоефективності та пропонуваному їх оцінюванню. При цьому отримані результати свідчать про те, що корпоративна соціальна відповідальність справляє суттєвий вплив на ефективність використання енергоносіїв. Зокрема, при збільшенні на один бал рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження середня зміна відносної ефективності споживання природного газу та середня зміна частки операційного прибутку у величині операційних доходів відповідно складають: для підприємств, які здійснюють створення виробів з металу, – 0,019 та 0,006; для підприємств, які здійснюють створення скла та виробів зі скла, – 0,021 та 0,007; для підприємств, які здійснюють створення цегли, черепиці та інших будівельних матеріалів з глини, – 0,018 та 0,005. Тому варто рекомендувати власникам та менеджерам підприємств, рівень енергоефективності діяльності яких не є достатньо високим, приділяти більшу увагу підвищенню корпоративної соціальної відповідальності.

2. Розроблення програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності потрібно виконувати у певній послідовності. Ця послідовність повинна передбачати здійснення таких головних дій: попереднє складання програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності за видами цієї відповідальності; виділення зацікавлених у здійсненні заходів із соціальної відповідальності осіб, які є існуючими або потенційними контрагентами у провадженні підприємством зовнішньоекономічної діяльності за кожним з її напрямів; оцінювання уподобань зацікавлених осіб щодо провадження заходів з корпоративної соціальної відповідальності та прогнозування можливого покращення умов співпраці між

підприємством та цими особами у разі здійснення тих чи інших заходів; визначення прогнозних значень параметрів кожного із попередньо запланованих заходів з корпоративної соціальної відповідальності; оцінювання наявних у підприємства ресурсних та організаційних обмежень; формування остаточної програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності; розроблення календарного графіку реалізації заходів та визначення способів донесення інформації про ці заходи до зацікавлених осіб. При цьому важливим є обґрунтоване оцінювання економічного ефекту від реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності. З цією метою потрібно оцінити різницю між сумарною прогнозованою величиною приросту прибутку підприємства від реалізації програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності та добуток потрібних інвестицій у здійснення цієї програми на норму їх прибутковості.

3. Існує достатньо чітка тенденція до збільшення частки обсягів інвестицій у заходи з КСВ у загальному обсязі інвестицій, вкладених досліджуваними компаніями у свою діяльність, при зростанні рівня якості стратегічного планування цими компаніями заходів з КСВ. Так само, простежується доволі стійка тенденція до збільшення частки обсягів продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, у загальній вартості виробленої продукції досліджуваними підприємствами, якщо наявний у цих підприємств рівень якості стратегічного планування заходів з КСВ зростає. Використання методу однофакторного дисперсійного аналізу показало, що зазначені залежності є статистично значимими, оскільки фактичні значення F -критерію як для українських, так і для китайських підприємств перевищують критичні значення цього критерію. Отже, покращення якості стратегічного планування заходів з КСВ варто розглядати як важливий напрям підвищення рівня цієї відповідальності.

4. У значної кількості досліджуваних підприємств існує досить великий потенціал щодо реалізації додаткових заходів з КСВ. Стосовно українських

підприємств, то, серед іншого, це стосується заходів з енергозбереження та підвищення соціальних стандартів й рівня якості роботи з персоналом. Щодо китайських підприємств, то до найбільш пріоритетних напрямів розвитку КСВ, крім підвищення соціальних стандартів й рівня якості роботи з персоналом, слід назвати також інші, окрім енергозбереження, заходи зі зменшення шкідливого впливу на довкілля тощо.

5. Хоча кількість українських та китайських підприємств, що досліджувалися, є однаковою, і вони є приблизно однаковими за розмірами, за переважною більшістю груп заходів з КСВ (за винятком інших, окрім енергозбереження, заходів зі зменшення шкідливого впливу на довкілля) кількість заходів, які доцільно реалізувати українським підприємствам, є більшою, ніж кількість заходів з КСВ, які варто реалізувати підприємствам Китаю. Отже, китайські компанії у середньому краще реалізують наявний у них потенціал розвитку КСВ, ніж українські підприємства.

6. Підвищення рівня реалізації як українськими, так і китайськими підприємствами наявного у них потенціалу розвитку КСВ потребує, зокрема, покращення компетентності управлінського потенціалу цих підприємств у питаннях оцінювання та управління цим потенціалом. Одним з дієвих способів такого покращення є обмін досвідом між різними підприємствами у питаннях КСВ. Зокрема, важливим інструментом такого обміну є поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Як показало проведене дослідження, багато і українських, і китайських підприємств, що розглядалися, мають певні навички щодо впровадження заходів з КСВ. При цьому у підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність інтенсивність такого провадження є, як правило, більшою. Отже, поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм на засадах обміну досвідом у питаннях КСВ дасть змогу підвищити зазначену інтенсивність.

Основні результати виконаного дослідження, наведені у цьому розділі, було опубліковано в авторських працях [65, 66, 68, 69, 88, 89, 143].

ВИСНОВКИ

У цій роботі було розроблено теоретичні положення та обґрунтовано методико-прикладні рекомендації з оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Основні висновки з проведеного дослідження полягають у такому:

1. Одним з важливих напрямів реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності є впровадження га підприємствах енергозберігаючих проєктів. Тому при управлінні такими проєктами варто використовувати запропонований у цій роботі метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств, який передбачає таку послідовність дій: вибір базового та звітного періодів, а також виду енергетичних ресурсів; формування вибірки досліджуваних підприємств; оцінювання зміни енергоефективності діяльності кожного з підприємств у звітному періоді порівняно із базовим періодом; визначення для кожного з відібраних підприємств рівня ресурсного забезпечення реалізації енергозберігаючих проєктів, рівня наявних у власників, менеджерів та фахівців підприємства компетенції з питань управління цим забезпеченням та рівня дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження; усереднення досліджуваних змінних за підприємствами у базовому періоді; аналізування розподілу підприємств за досліджуваними змінними за даними базового періоду; побудова кореляційної матриці для досліджуваних змінних, визначення числових значень коефіцієнтів регресійного рівняння та оцінювання статистичної значимості отриманої залежності; узагальнення отриманих результатів, яке передбачає формування за досліджуваними видами економічної діяльності масиву даних про величину впливу корпоративної соціальної відповідальності на два головні індикатори, а саме: відносну ефективність споживання підприємствами

певного виду енергоресурсу та частку операційного прибутку у величині операційних доходів підприємств.

2. Важливе значення для оцінювання корпоративної соціальної відповідальності має наявність у компаній дієвого інструментарію. Зокрема, до такого інструментарію варто віднести удосконалену у цій роботі систему показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності шляхом виділення додаткових видів таких показників за ступенем узагальненості, предметом оцінювання, конструкцією показників, розмірністю, врахуванням динаміки змін та іншими ознаками.

3. Ефективність заходів з корпоративної соціальної відповідальності залежить, серед іншого, від компетентності власників та менеджерів підприємств. Тому становлять інтерес удосконалені в процесі даного дослідження положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації, що передбачають побудову п'ятибальної шкали (дуже низький, низький, середній, високий та дуже високий рівні такої компетентності) та використання процедури зіставлення результатів такого оцінювання для двох вибірок підприємств, а саме – тих, які здійснюють, та тих, які не здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

4. При провадженні на підприємствах заходів з корпоративної соціальної відповідальності потрібно забезпечити належний рівень їхнього планування. Цьому сприятиме вдосконалений у цій роботі механізм планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм, що містить наступні етапи дій: формування попереднього переліку заходів з корпоративної соціальної відповідальності; збирання необхідних даних для оцінювання ефективності кожного з цих заходів; встановлення наявних обмежень (насамперед, обмежень ресурсного характеру); визначення ефективності кожного із попередньо запланованих заходів загалом та за особами, що будуть отримувати

зиск від реалізації цих заходів; ранжування заходів за рівнем ефективності; виділення тих заходів, які забезпечують: 1) високу ефективність одночасно для усіх осіб; 2) високу або середню ефективність одночасно для усіх осіб; 3) середню ефективність одночасно для усіх осіб; поступове внесення заходів до програми у порядку зниження їхньої ефективності для більшості видів осіб з урахуванням ресурсних обмежень. Використовуючи цю послідовність дій на прикладі підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, було встановлено, що у значній кількості досліджуваних підприємств існує потенціал щодо реалізації додаткових заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

5. Для того, щоб вдосконалити процес планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємства, доцільно застосувати розроблену в цій роботі систему принципів такого планування, до якої віднесено: принцип забезпечення досягнення цілей сталого розвитку, принцип всебічності, принцип ресурсного забезпечення реалізації заходів, принцип організаційного забезпечення реалізації заходів, принцип обґрунтованості, принцип оптимальності, принцип фінансової результативності, принцип гнучкості та принцип належного забезпечення зацікавлених осіб інформацією про ті заходи з корпоративної соціальної відповідальності, які підприємство реалізувало або передбачає реалізувати у майбутньому.

6. Вивчення закономірностей формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності повинно, серед іншого, базуватися на запропонованому в цій роботі поділі чинників формування корпоративної соціальної відповідальності на дві великі групи, а саме: чинники, які забезпечують реалізацію заходів з корпоративної соціальної відповідальності, та чинники, які визначають доцільність для власників та менеджерів підприємств провадити ці заходи, а також враховувати ієрархічний характер механізму формування корпоративної соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андріяш, В., Верба, С.: Теоретичні підходи до змісту та сутності поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління **2** (68), 7–11 (2023).
2. Антощенкова, В. В., Дейнега, М. В.: Історико-теоретичні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. Вчені записки : зб. наук. пр. Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана **30**, 6–14 (2023).
3. Антощенкова, В. В., Дейнега, М. В.: Соціальна відповідальність українського агробізнесу в умовах війни. *Studia slobozhanica*. Матеріали всеукраїнської науково-методичної конференції «Слобожанський гуманітарій - 2023». Харків: ДБТУ, с. 12–19 (2023).
4. Антошко, Т. Р.: Суть категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць **8**, 273–277. Доступно за посиланням: <http://ua.convdocs.org/docs/index-126184.html> (2011).
5. Багрова, І. В., Нефедова, О. Г.: Складові та фактори конкурентоспроможності. Вісник економічної науки України **1**(11), 11–16 (2007).
6. Байло, В.: Корпоративна соціальна відповідальність—запорука сталого розвитку бізнесу. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences* **326**(1), 327–334 (2024).
7. Бакай, В. Й.: Особливості визначення та оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства. Вісник Хмельницького національного університету **6**(1), 272–279 (2021).
8. Баюра, Д.: Розвиток соціально відповідального корпоративного управління в контексті інтересів стейкхолдерів. Економічний часопис

- Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки **4**, 39–44 (2017).
9. Березіна, О. Ю.: Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. Вісник Української академії банківської справи **1**(32), 97–101 (2012).
10. Березіна, О.Ю.: Теоретичні підходи до визначення поняття «Корпоративна соціальна відповідальність». Вісник ЖДТУ **3**(53), ч. 1, 223–225 (2010).
11. Березянюк, Т. В., Малихіна, С. В., Галиця, І. О.: Корпоративна соціальна відповідальність як фактор ефективної діяльності сучасних підприємств харчової галузі. Scientific notes of Lviv University of Business and Law **30**, 172–181 (2021).
12. Броницький, О. М.: Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: чинники та підходи до визначення. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки **127**. Доступно за посиланням: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/42490/1/Visnyk_127_2012_15.pdf (2012).
13. Бурдюк, О. В., Галатов, Б. М.: Вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність підприємства. Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету **1**(2 (3)), 31–38 (2021).
14. Бурдюк, О. В., Галатов, Б. М.: Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент бізнес-стратегії розвитку підприємств. Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету **1**(6), 49–57 (2023).
15. Бурий, Є. П., Жалдак, Г. П.: Корпоративна соціальна відповідальність в умовах війни. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи, с. 23–24 (2023).
16. Бурлака, О. П., Бурлака, О. А.: Чинники формування конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. Технологічний аудит та резерви виробництва **2**(4), 23–26 (2012).

- 17.Вініченко, І. І., Крючкова, Ж. В.: Ключові чинники впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств. Економіка та держава **4**, 32–37 (2017).
- 18.Воробей, В.: Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? Києво-Могилянська бізнес держ. студія **10**, 11–20 (2005).
- 19.Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку (WBCSD – World Business Council for Sustainable Development). Доступно за посиланням: www.wbcsd.org.
- 20.Гамова, О. В.: Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування в контексті стратегічного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету **3**, 11–15 (2020).
- 21.Глєбова, А. О., Маховка, В. М., Шулигін, С. А.: Стратегія корпоративної соціальної відповідальності: формування і реалізація. Науковий вісник Ужгородського національного університету **22**(1), 52–60 (2018).
- 22.Головінов, О. М., Дмитриченко, Л. А.: Фактори формування інституту корпоративної соціальної відповідальності. Економіка та держава **9**, 10–14 (2014).
- 23.Грицаєнко, М. І.: Роль соціального капіталу аграрного підприємства в імплементації засад корпоративної соціальної відповідальності. Економіка АПК **5**, 17–29 (2021).
- 24.Деліні, М. М.: Індексний метод в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва: міжнародний та український досвід. Проблеми системного підходу в економіці **6**(62), 63–69 (2017).
- 25.Білан, О. С.: Формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Економіка і суспільство **11**, 166–169 (2017).
- 26.Євтушенко, Н. О., Дрокіна, Н. І., Савенко, Н. В.: Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Економічний простір **156**, 129–135 (2020).

- 27.Єгоров, Б. В.: Оцінка конкурентоспроможності харчової продукції та рівня регіональної продовольчої безпеки. Вісник ХНАУ **1**, 303–321 (2021).
- 28.Ємельянов, О. Ю.: Методи оцінювання та чинники формування конкурентоспроможності підприємств. Наукові перспективи **12**(54) (2024).
Доступно за посиланням:
<http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/18283/18332>.
- 29.Жмай, О. В.: Корпоративна соціальна відповідальність в країнах Азії. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління **16**(1 (35)), 220–234 (2017).
- 30.Зварич, Р., Гомотюк, В., Рівіліс, І., Дейнека, Ю.: Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент міжнародного корпоративного менеджменту в умовах кризи. Вісник економіки **2**, 142–156 (2022).
- 31.Завербний, А. С., Дрималовська, Х. В.: Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» **727**, 218–225 (2012).
- 32.Зелена книга ЄС. Доступно за посиланням:
https://www.google.com/search?q=http://www.csr-ukraine.org/userfiles/file/greenpaper_ua.pdf
- 33.Зибарева, О. В., Вербівська, Л. В.: Корпоративна соціальна відповідальність в контексті сталого розвитку підприємництва. Соціальна економіка і політика **IV**(68), 20–35 (2017).
- 34.Зінченко, О. І., Хімченко, А. М.: Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. Бізнес-інформ **4**, 281–286 (2013).
- 35.Іващук, А. А., Сухоруко, С. Ю.: Чинники розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.). Полтава: ПУЕТ, с. 267–271 (2017).

- 36.Ігнатенко, М. М.: Планування і прогнозування соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. *Агросвіт* **17**, 31–37 (2015).
- 37.Кваско, А. В.: Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки. Економічні науки* **1(54)**, 111–118 (2017).
- 38.Колот, А. М.: Соціальна відповідальність: посіб. К.: КНЕУ (2015).
- 39.Колот, А. М.: Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія: науковий журнал* **4**, 5–27 (2013).
- 40.Колот, А. М.: Корпоративна соціальна відповідальність і проблеми її сприймання суспільством. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика: збірник наукових праць* **2(6)/2013**, 6–14 (2013).
- 41.Колот, А. М.: Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України* **3(628)**, 70–82 (2014).
- 42.Коптева, Г.: Корпоративна соціальна відповідальність як інститут розвитку бізнесу. *Вісник Національного технічного університету" Харківський політехнічний інститут"(економічні науки)* **6**, 34–37 (2023).
- 43.Котлер, Ф., Лі, Н.: Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт (2005).
- 44.Крамарев, Г. В.: Методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності промисловості та її видів економічної діяльності в країні. *Бізнес Інформ* **3**, 382–391 (2020).
- 45.Краплич, Р.: Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: посібник для бізнесу та неприбуткових організацій; упоряд. Р. Бовгиря, С. Пайсаніді, О. Краплич та ін. Рівне: Фондація ім. князів-благодійників Острозьких (2005).
- 46.Крюкова, І.: Корпоративна соціальна відповідальність агрокомпаній як інструмент сталого розвитку сільських територій. *Матеріали VI*

- Міжнародної науково-практичної конференції „Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах“, 66–69 (2021).
47. Кужель, В. В.: Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки **3**, 98–105 (2014).
 48. Кузьмін, О. Є., Станасюк, Н. С., Уголькова, О. З.: Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development **3**(2), 56–64 (2021).
 49. Лаготюк, В. О.: Забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі птахівництва: дис... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ (2019).
 50. Лебедєв, І. В.: Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Актуальні проблеми економіки **1**(139), 106–116 (2013).
 51. Левицька, А. О.: Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Механізм регулювання економіки **4**, 155–163 (2013).
 52. Левченко, О. П.: Сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність (КСВ)». Економіка транспортного комплексу **24**, 39–54 (2014).
 53. Ломачинська, І. А., Халєєва, Д. В., Шмагіна, В. В.: Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент забезпечення соціально-економічної безпеки та соціальної інклюзії. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління **21**(2 (51)), 75–96 (2022).
 54. Лукін, С. Ю., Соломаха, Є. Г.: Корпоративна соціальна відповідальність, як фактор конкурентоспроможності на глобальних ринках. Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал **2**, 22–24 (2011).

- 55.Ляшук, К., Гордовський, А.: Соціальний маркетинг і соціальна відповідальність бізнесу. Трансформаційна економіка **2**(02), 34–37 (2023).
- 56.Марчук, Л. П.: Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки **5**(2), 51–56 (2014).
- 57.Моїсеєнко, Т. Є., Гарбарчук, Я. В.: Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка **3**. Доступно за посиланням: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=986> (2012).
- 58.Легомінова, С. В.: Концептуальні засади стратегічного управління конкурентними перевагами підприємств. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського **18**, 250–255 (2017).
- 59.Лінгур, Л. М.: Корпоративна соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу в умовах діджиталізації економіки. Економічна кібернетика: теорія, практика та напрямки розвитку: матеріали наук.-практ. Інтернет конференція (м. Одеса, 28-29 листопада 2017 р.), с. 74–76 (2021).
- 60.Лозова, О. В.: Корпоративна соціальна відповідальність, як чинник формування позитивного іміджу та ділової репутації компанії. Галицький економічний вісник **82**(3), 118–127 (2023).
- 61.Лупак, Р. Л., Дідич, А. М.: Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин. Науковий вісник НЛТУ України **20.6**, 248–252 (2010).
- 62.Лупак, Р. Л., Качмар, Н. М.: Соціальна відповідальність як складова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Соціально-трудові відносини: теорія та практика **2**, 98–103 (2016).
- 63.Малахова, Ю. А., Мироненко, Д. А.: Корпоративна соціальна відповідальність як конкурентна перевага підприємства на міжнародному

- ринку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки» 1(102), 69–73 (2021).
- 64.Маркетинг в Україні. Блог Є.Тришина. Доступно за посиланням: http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667.
- 65.Мей, Ф.: Модель формування оптимальної програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Theoretical and empirical scientific research: concept and trends. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference, Oxford, March7, 2025. Oxford-Vinnytsia: P.C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, с. 17–20 (2025).
- 66.Мей, Ф.: Визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення співробітництва між Україною та Китаєм. Цифрове наукове суспільство: соціально-економічні, правові та міжнародні аспекти: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Дніпро, 28 лютого, 2025р. Міжнародний центр наукових досліджень. —Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, с. 112–115 (2025).
- 67.Мей, Ф.: Групування факторів формування корпоративної соціальної відповідальності компаній, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. V International Scientific and Practical Conference «Theoretical and practical aspects of modern scientific research». Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ». January 24, 2025; Seoul, South Korea, с. 20–23 (2025).
- 68.Мей, Ф.: Основні етапи розроблення програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Рівне, 13грудня, 2024р. Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця: ТОВ«УКРЛОГОС Груп», с. 128–131 (2024).

- 69.Мей, Ф.: Принципи планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. V International Scientific and Theoretical Conference «Scientific method: reality and future trends of researching». Collection of scientific papers «SCIENTIA». Zagreb, Croatia. December 13, 2024, с. 52–5 (2024).
- 70.Мей, Ф., Станасюк, Н. С.: Розвиток корпоративної соціальної відповідальності: досвід Китаю. Modern technologies of human development: abstracts of VIII International scientific and practical conference, November 06–08, 2023, Bordeaux, France, с. 73–74 (2023).
- 71.Мей, Ф.: Чинники та механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Економіка та суспільство **66**. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-75> (2024).
- 72.Міжнародний стандарт ISO26000:2010: Посібник із соціальної відповідальності. Доступно за посиланням: http://www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=42546 (дата звернення: 16.10.2021).
- 73.Надейко, М.: Оцінювання стану менеджменту соціальної відповідальності за внутрішніми векторами. Економіка та суспільство **22**. Доступно за посиланням: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-27> (дата звернення: 20.01.2025).
- 74.Огінок, С. В., Когут, М. В., Когут, А. В.: Етика та корпоративна соціальна відповідальність у міжнародному бізнесі. Київський економічний науковий журнал **4**, 171–176 (2024).
- 75.Огінок, С. В., Когут, А. В.: Еволюція розвитку соціального менеджменту в міжнародному бізнесі. Підприємництво та інновації **30**, 102–106 (2024).
- 76.Омельченко, В.: Велика гра КНР за глобальне лідерство: історичні корені – сучасні інструменти, майбутні наслідки. 30 березня 2023 р. Доступно за посиланням: <https://razumkov.org.ua/statti/velyka-gra-knr-za-globalne-liderstvo->

- [istorychni-koreni-suchasni-instrumenty-maibutni-naslidky](https://zn.ua/ukr/macrolevel/black-rock-i-majbutnje-jake-voni-nam-stvorjujut.html) (дата звернення: 20.09.2023).
- 77.Панченко, В., Резнікова, Н.: Black Rock і майбутнє, яке вони нам створюють. Дзеркало тижня, 03 липня 2021 р. Режим доступу: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/black-rock-i-majbutnje-jake-voni-nam-stvorjujut.html>.
- 78.Піддубна, Л.І.: Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: моногр. Харк. нац. екон. унт. Х.: ІНЖЕК (2007).
- 79.Попадюк, О., Кравчук, І.: Оцінка рівня внутрішньої соціальної відповідальності підприємства. Економічний простір **180**, 163–168 (2020).
- 80.Резнік, Н. П.: Соціальна відповідальність бізнесу у контексті стратегічного розвитку економіки агропродовольчої сфери. Економічний форум **3**, 31–37 (2014).
- 81.Россіхіна, О. Є.: Основні фактори конкурентоспроможності підприємства Держава та регіони **2**, 184–187. Доступно за посиланням: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/.../EC210_39.pdf (2010).
- 82.Рудакевич, М. І., Рудакевич, О. М.: Корпоративна соціальна відповідальність у сучасній державі: моральні засади та розвиток. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління **31(70)(6)**, 13–18 (2020).
- 83.Сайт «FVgroup». Режим доступу: <https://avgroup.pro/esg-strategi>.
- 84.Селіверстова, Л. С., Лосовська, Н. В.: Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава **7**, 13–16 (2019).
- 85.Серікова, О. М.: Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. Бізнес Інформ **6**, 94–100 (2022).

86. Глумачний словник української мови.
87. Соріна, О. О., Костенко, М. В., Костенко, С. Ю.: Корпоративна соціальна відповідальність як елемент системи стратегічного управління. Сімдесяті економіко-правові дискусії. Серія: Соціальні та гуманітарні, с. 30 (2022).
88. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Показники оцінювання та напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності за умов провадження зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 2. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-2-10680> (2025).
89. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Принципи та послідовність планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 4(2), 90–96. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9787> (2024).
90. Станасюк, Н., Мей, Ф.: Ключові характеристики корпоративної соціальної відповідальності та особливості її розвитку в Китаї. Економіка та суспільство 53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-60> (2023).
91. Стоянець, Н., Ткаченко, В.: Корпоративна соціальна відповідальність та прибутковість компаній: концепція модерувальної функції репутації фірми та доступу до капіталу. Bulletin of Sumy National Agrarian University 1(93), 46–51 (2023).
92. Ситник, Й., Юрченко, Г.: Актуалізація концепції корпоративної соціальної відповідальності в моделі економічного розвитку України. Економіка та суспільство 24. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/189> (2021).
93. Строкович, Г. В.: Стратегія підприємства: посіб. Вид-во НУА, Харків (2011).

- 94.Сучков, А. В.: Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності **1**(3), 186–190 (2013).
- 95.Тарасюк, Г. М., Лагута, Я. М.: Організаційні аспекти планування корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки **4**, 35–38 (2017).
- 96.Фіщук, Б. П., Лукашенко, О. П., Хмарук, О. М.: Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. Збірник наукових праць ВНАУ **4**(70), 160–164 (2012).
- 97.Червінська, Л., Червінська, Т., Каліна, І., Коваль, М., Шуляр, Н., Чернишов, О.: Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. Financial and credit activity problems of theory and practice **6**(53), 405–416 (2023).
- 98.Харламова, А. О.: КСВ як необхідний чинник формування корпоративної стратегії. Ефективна економіка **9**. Доступно за посиланням: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410> (2012).
- 99.Харчук, В. Ю., Чернобай, Л. І., Рябічина, Ю. С.: Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних компаній: особливості імплементації та розкриття інформації. Підприємництво і торгівля **28**, 103–110 (2021).
- 100.Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Офіційна сторінка. Доступно за посиланням: www.csr-ukraine.org.
- 101.Шуміло, О. С.: Принципи та методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Бізнес Інформ **6**, 291–297 (2020).
- 102.Шутаєва, О. О.: Соціальна відповідальність в досягненні конкурентоспроможності підприємства. Культура народів Причорномор'я **273**, 73–78. Доступно за посиланням: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/93113/15-Shutaieva.pdf?sequence=1> (2014).

103. Яблонська, І. В., Виговський, В. Г.: Корпоративна соціальна відповідальність як напрям розвитку сучасного менеджменту. Матеріали Міжн. наук. конф. «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу». Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Доступно за посиланням: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/184.pdf> (2021).
104. Соціальний звіт 2018-2019 «НІБУЛОН». Доступно за посиланням: https://www.nibulon.com/uploads/files/site_tree/104/1105.pdf (переглянуто 3 серпня 2022) (українською).
105. Звіт про сталий розвиток -2021 AS TA R TA Holding NV (2020). Доступно за посиланням: <https://astartaholding.com/wp-content/uploads/2022/07/sustainability-report-2021.pdf> (переглянуто 3 серпня 2022 р.) (англ.).
106. Корпоративна соціальна відповідальність «WATSONS» (2020). Доступно за посиланням: <https://www.google.com/search?q=https://www.watsons.ua/uk/blog/noviny/csr/> (переглянуто 1 серпня 2022) (українською).
107. Звіт зі сталого розвитку 2020 «GOODVALLEY» (2020). Доступно за посиланням: <https://www.google.com/search?q=https://www.goodvalley.com/media/1993/goodvalley-%25D0%25BA%25D1%2581%25D0%25B2-%25D0%25B7%25D0%25B2%25D1%2596%25D1%2582-2020.pdf> (переглянуто 3 серпня 2022) (українською).
108. Корпоративна соціальна відповідальність «МХП». Доступно за посиланням: <https://mhp.com.ua/en/pro-kompaniiu/korporativna-socialna-vidpovidalnist> (перевірено 3 серпня 2022).
109. Alibaba Group 2017/2018 Social Responsibility Report. Доступно за посиланням: <http://csr.alibaba.com/Uploads/file/20181120/5bf385982121c.pdf> (accessed September 21, 2023).

110. Andronie, M., Simion, V. E., Gurgu, E., Dijmărescu, A., Dijmărescu, I.: Social Responsibility of Firms and the Impact of Bio-Economy in Intelligent Use of Renewable Energy Source. *Amfiteatru Econ.* **21**, 520–535 (2019). <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=788842>.
111. Assurance Standard Revision Process. Доступно за посиланням: https://www.google.com/search?q=http://accountability.opendemocracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/.
112. Bajda, M., Jurdziak, L., Pactwa, K., Woźniak, J.: Energy-Saving of Conveyor Belts in the Strategy and Reporting of Corporate Social Responsibility Initiatives of Producers. In: Batako, A., Burduk, A., Karyono, K., Chen, X., Wyczółkowski, R. (eds.) *Advances in Manufacturing Processes, Intelligent Methods and Systems in Production Engineering. GCMM 2021. Lecture Notes in Networks and Systems* **335**, 402–414. Springer, Cham (2022). https://doi.org/10.1007/978-3-030-90532-3_31.
113. Barauskaite, G., Streimikiene, D.: Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.* **28**, 278–287 (2020). <https://doi.org/10.1002/csr.2048>.
114. Benlemlih, M., Bitar, M.: Corporate social responsibility and investment efficiency. *Journal of Business Ethics* **148**(3), 647–671 (2018). <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3020-2>.
115. Brin, P., Nehme, M. N.: Corporate Social Responsibility: Analysis of Theories and Models. *EUREKA: Social and Humanities* **5**, 22–30 (2019). <http://dx.doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001007>.
116. Bylok, F.: The Concept of Corporate Social Responsibility in Strategies of SMEs. *Club of Economics in Miskolc' TMP.* **12**(1), 19–26 (2016). Доступно за посиланням: https://www.researchgate.net/publication/305313744_The_Concept_of_Corporate_Social_Responsibility_in_Strategies_of_SMEs.

117. Carpenter, V. L., Feroz, E. H.: Institutional theory and accounting rule choice: An analysis of four US state governments' decisions to adopt generally accepted accounting principles'. *Accounting, Organizations and Society* **26**(7-8), 565–596 (2001).
118. Carroll, A. B.: Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility* **1**(1) (2016).
<https://doi.org/10.1186/s40991-016-0004-6>.
119. Chiaroni, D., Chiesa, V., Franzò, S., Frattini, F., Latilla, V. M.: Overcoming internal barriers to industrial energy efficiency through energy audit: a case study of a large manufacturing company in the home appliances industry. *Clean Technologies and Environmental Policy* **19**, 1031–1046 (2017).
<https://doi.org/10.1007/s10098-016-1298-5>.
120. Chintrakarn, P., Jiraporn, P., Jiraporn, N., Davidson, T.: Estimating the effect of corporate social responsibility on firm value using geographic identification. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies* **46**(2), 276–304 (2017).
<https://doi.org/10.1111/ajfs.12170>.
121. Corporate Social Responsibility and Corporate Values. Доступно за посиланням: <http://www.eba.com.ua/>.
122. Crane, A., Matten, D. (eds.): Corporate social responsibility. Vol. 1: Theories and concepts of corporate social responsibility (2007); Vol. 2: Managing and implementing corporate social responsibility (2007); Vol. 3: Corporate social responsibility in global context (2007). Sage library in business & management. Sage, Los Angeles [etc.].
123. Deegan, C.: Legitimacy theory. In: Hoque, Z. (ed.) *Methodological Issues in accounting research: Theories and methods*, pp. 161–181. Spiramus, London, U.K. (2006).
124. Elkington J. Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*. 1998. Vol. 8(1). P. 37–51. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>.

125. ESG – the potochnyy proekt, ale ne samotsil'. Host'ovyy vnesok Klausa Shvaba ... 19 Serpnya 2022 r. [ESG is an ongoing project, but not an end in itself. Guest contribution by Klaus Schwab ... August 19, 2022]. Доступно за посиланням: <https://sustainableswitzerland.ch/1%C3%B6sungsansatz/esg-ist-ein-laufendes-projekt-aber-kein-selbstzweck-id.573> (accessed September 1, 2023).
126. ESG – це поточний проект, але не самоціль. Гостьовий внесок Клауса Шваба ... 19 Серпня 2022 р. Доступно за посиланням: <https://sustainableswitzerland.ch/1%C3%B6sungsansatz/esg-ist-ein-laufendes-projekt-aber-kein-selbstzweck-id.573> (дата звернення: 01.09.2023).
127. Friedman, M.: The Capitalism and Freedom. University of Chicago Press (1962).
128. Friedman, M.: The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. New York Times Magazine, 13 September 1970, 122–126. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-70818-6_14.
129. Freeman, R. E., Dmytriiev, S.: Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning from each other. SYMPHONYA Emerging Issues in Management (2017). <http://dx.doi.org/10.4468/2017.1.02freeman.dmytriiev>.
130. Freeman, E.: Strategic Management: A Stakeholder Approach. Cambridge University Press (2010). <https://doi.org/10.1017/cbo9781139192675>.
131. Garriga, E., Melé, D.: Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. Journal of Business Ethics 53(1/2), 51–71 (2004). <https://doi.org/10.1023/b:busi.0000039399.90587.34>.
132. Gezmen, B.: Increasing Efficiency of Energy Saving Policies in the Future: Corporate Social Responsibility Projects. In: Yüksel, S., Dinçer, H. (eds.) Strategic Approaches to Energy Management. Contributions to Management Science, pp. 127–139. Springer, Cham (2021). https://doi.org/10.1007/978-3-030-76783-9_10.
133. Gherghina, Ș. C., Vintilă, G.: Exploring the Impact of Corporate Social Responsibility Policies on Firm Value: the Case of Listed Companies in

- Romania, Economics and Sociology **9**(1), 23–42 (2016).
<http://dx.doi.org/10.14254/2071-789X.2016/9-1/2>.
134. Hopkins, M.: The Planetary Bargain. Earthscan: Published by Taylor & Francis UK (2003). <https://doi.org/10.4324/9781849773201>.
135. Kotter, J. P., Heskett, J. L.: Corporate Culture and Performance. Free Press (1992).
https://www.google.com/search?q=https://books.google.com.ua/books%3Fid%3DpWudzigl0ucC%26printsec%3Dfrontcover%26dq%3DCorporate%2BCulture%2Band%2BPerformance%2BKotter,%2BJ.P.%2Band%2BHeskett%26hl%3Dfr%26sa%3DX%26ved%3D0ahUKEwjbt271_nfAhWF3iwKHal3B1oQ6AEIKzAA%23v%3Donepage%26q%3DCorporate%2520Culture%2520and%2520Performance%2520Kotter%252C%2520J.P.%2520and%2520Heskett%26f%3Dfalse.
136. Laguir, I., Stekelorum, R., Elbaz, J., Duchamp, D.: Getting into the energy efficiency scene: Does corporate social responsibility matter for energy efficiency in SMEs? Appl. Econ. **51**, 5191–5204 (2019).
<https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1610719>.
137. Fink, L.: Larry Fink's 2022 Letter to CEOs. The Power of Capitalism. Доступно за посиланням: <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-ceo-letter> (accessed September 11, 2023).
138. Lesinskyi, V., Yemelyanov, O., Zarytska, O., Symak, A., Petrushka, T.: Development of a Toolkit for Assessing and Overcoming Barriers to the Implementation of Energy Saving Projects. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies **5**, 24–38 (2020).
139. Lesinskyi, V., Yemelyanov, O., Zarytska, O., Petrushka, T., Myroshchenko, N.: Designing a Tool-Set for Assessing the Organizational and Technological Inertia of Energy Consumption Processes at Enterprises. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies **6**, 29–40 (2022).
140. Lopes, J. R. N., de Araújo Kalid, R., Rodríguez, J. L. M., Ávila Filho, S.: A new model for assessing industrial worker behavior regarding energy saving

- considering the theory of planned behavior, norm activation model and human reliability. *Resour. Conserv. Recycl.* **145**, 268–278 (2019). <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.02.042>.
141. Máša, V., Stehlík, P., Touš, M., Vondra, M.: Key pillars of successful energy saving projects in small and medium industrial enterprises. *Energy* **158**, 293–304 (2018). <https://doi.org/10.1016/j.energy.2018.06.018>.
142. Matos, P.: ESG and responsible institutional investing around the world: a critical review. CFA Institute Research Foundation (2020).
143. Mei, F., Stanasiuk, N., Vysochan, O., Yemelyanov, O., Hyk, V.: Corporate Social Responsibility as One of the Factors of Increasing Energy Efficiency: The Case of Energy Consumption at Industrial Companies of Ukraine. *Journal of Sustainability Research* **6**(3) (2024). <https://doi.org/10.20900/jsr20240056>.
144. Mei, F., Stanasiuk, N. S.: The need for a strategic approach to corporate social responsibility and methodological aspects of its implementation. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку* **2**(8), 112–120 (2022).
145. Nurunnabi, M., Esquer, J., Munguia, N., Zepeda, D., Perez, R., Velazquez, L.: Reaching the sustainable development goals 2030: Energy efficiency as an approach to corporate social responsibility (CSR). *Geojournal* **85**, 363–374 (2019). <https://link.springer.com/article/10.1007/s10708-018-09965-x>.
146. Hori, S., Shinozaki, M., Nogata, D., Fujita, T.: The role of CSR in promoting companies' energy-saving actions in two Asian cities. *Energy Policy* **69**, 116–121 (2014). <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2014.01.030>.
147. Reckmann, N.: What Is Corporate Social Responsibility? *Business News Daily* (2023). Доступно за посиланням: <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>.
148. UNIDO. Доступно за посиланням: <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and->

[corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr.](#)

- 149.Wan Saiful, Wan-Jan: Defining corporate social responsibility. *Journal of Public Affairs* **6**(3-4), 176–184 (2006). Доступно за посиланням: https://www.researchgate.net/profile/Wan-Saiful-Wan-Jan/publication/229578267_Defining_corporate_social_responsibility/links/58e5daafa6fdcc6800b14f35/Defining-corporate-social-responsibility.pdf.
- 150.Szafranko, E.: Assessment of the economic efficiency of energy-saving projects, methodology based on simple and compound methods. *Energy Sci. Eng.* **10**, 423–438 (2022). <http://dx.doi.org/10.1002/ese3.103>.
- 151.Sethi, S. P.: Dimensions of corporate social performance an analytical framework. *California Management Review* **17**(3), 58–64 (1975).
- 152.Strielkowski, W., Tarkhanova, E., Baburina, N., Streimikis, J.: Corporate Social Responsibility and the Renewable Energy Development in the Baltic States. *Sustainability* **13**(17), 9860 (2021). <https://doi.org/10.3390/su13179860>.
- 153.Susith, F., Lawrence, S.: A theoretical framework for CSR practices: integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory. *The Journal of Theoretical Accounting* **10**(1), 149–178 (2014). Доступно за посиланням: https://www.google.com/search?q=https://www.researchgate.net/profile/Susith-Fernando/publication/290485216_A_theoretical_framework_for_CSR_practices_Integrating_legitimacy_theory_stakeholder_theory_and_institutional_theory/links/5a8629ee458515b8af890861/A-theoretical-frameworkfor-CSR-practices-Integrating-legitimacy-theory-stakeholder-theory-and-institutional-theory.p.
- 154.Tylżanowski, R., Kazojć, K., Miciuła, I.: Exploring the Link between Energy Efficiency and the Environmental Dimension of Corporate Social Responsibility: A Case Study of International Companies in Poland. *Energies* **16**(16), 6080 (2023). <https://doi.org/10.3390/en16166080>.
- 155.UN Global Compact China Strategy. Доступно за посиланням: [https://ungc-](https://ungc-communications-)
[communications-](#)

assets.s3.amazonaws.com/docs/publications/CHINA%20STRATEGY-digital%20version-English.pdf (дата звернення: 22.09.2024).

- 156.Vitezić, N.: Correlation between social responsibility and efficient performance in Croatian enterprises. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu* **29**(2), 423–442 (2011).
<https://hrcak.srce.hr/clanak/111663>.
- 157.Vo, D. H., Van, L. T. H., Hoang, H. T. T., Tran, N. P.: The interrelationship between intellectual capital, corporate governance and corporate social responsibility. *Social Responsibility Journal* **19**(6), 1023–1036 (2023).
<https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2021-0238>.
- 158.Wood, D. J.: Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review* **16**(4), 691–718 (1991).
- 159.Yemelyanov, O., Petrushka, T., Lesyk, L., Symak, A., Vovk, O.: Modelling and Information Support for the Development of Government Programs to Increase the Accessibility of Small Business Lending. In: 2020 IEEE 15th International Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT), pp. 229–232 (2020). <https://doi.org/10.1109/CSIT49958.2020.9322040>.
- 160.Zhu, Q., Zhang, Q.: Evaluating practices and drivers of corporate social responsibility: The Chinese context. *Journal of Cleaner Production* **100**, 315–324 (2015).
- 161.Zhang, D., Morse, S., Kambhamptati, U., Li, B.: Evolving Corporate Social Responsibility in China. *Sustainability* **6**(11), 7646–7665 (2014).
- 162.Zhang, H., Omhand, K., Li, H., Ahmad, A., Samad, S., Gavrilut, D., Badulescu, D.: Corporate Social Responsibility and Energy-Related Pro-Environmental Behaviour of Employees in Hospitality Industry. *International Journal of Environmental Research and Public Health* **19**(23), 16141 (2022).
<https://doi.org/10.3390/ijerph19231614>.
- 163.Zhang, Z., Jin, X., Yang, Q., Zhang, Y.: An empirical study on the institutional factors of energy conservation and emissions reduction: Evidence from listed

- companies in China. *Energy Policy* **57**, 36–42 (2013). <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.07.011>.
164. Zhang, Y., Zhao, X., Fu, B.: Impact of energy saving on the financial performance of industrial enterprises in China: An empirical analysis based on propensity score matching. *Journal of Environmental Management* **317**, 115377 (2022). <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115377>.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Форма анкети для опитування власників та менеджерів підприємств
стосовно оцінювання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)**

Просимо Вас:

1. Оцінити у п'ятибальній шкалі (із збільшенням кількості балів зростає величина відповідного показника) у другій колонці табл. А.1 чинники, які справляють вплив на корпоративну соціальну відповідальність Вашого підприємства. При цьому при оцінюванні третього чинника просимо користуватися шкалою, наведеною у табл. А.2.

Таблиця А.1

Кількісне оцінювання чинників, які справляють вплив на корпоративну соціальну
відповідальність (КСВ) підприємства

Чинники, які справляють вплив на КСВ	Рівні чинників, балів
Наявні у підприємство та можливі до залучення обсяги ресурсного забезпечення, необхідного для здійснення заходів з КСВ	
Споживчі властивості ресурсів, необхідних для здійснення заходів з КСВ	
Компетентність власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з КСВ та схильність до такої реалізації	
Організаційне забезпечення реалізації заходів з КСВ на підприємствах	
Чинники, які визначають безпосередній економічний ефект та економічну ефективність заходів з КСВ (фактори, які визначають величину фінансових результатів від провадження цих заходів, а також обсяги інвестиційних витрат, які необхідно понести підприємству для того, щоб реалізувати ці заходи)	
Чинники, які визначають опосередкований економічний ефект та відповідну економічну ефективність заходів з КСВ (насамперед, фактори, що утворюють імідж підприємства)	
Чинники, які визначають соціальний ефект та соціальну ефективність заходів з КСВ (до чинників цієї підгрупи належать, насамперед, очікувані покращення добробуту, умов праці, екологічної ситуації тощо)	

Таблиця А.2

Пропоноване бальне оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації

Рівні	Опис рівнів	Кількість балів
Дуже низький	Власники та менеджери мало володіють компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та (або) мало схильні до такої реалізації	1
Низький	Власники та менеджери володіють окремими компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	2
Середній	Власники та менеджери володіють більшістю компетенцій у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	3
Високий	Власники та менеджери володіють майже усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	4
Дуже високий	Власники та менеджери володіють усіма компетенціями у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильні до такої реалізації	5

2. Позначити у другій колонці табл. А.3 (лише в одному рядку) той випадок, який стосується Вашого підприємства.

Таблиця А.3

Дані про масштаби провадження заходів з КСВ на підприємстві

Масштаби провадження заходів з КСВ на підприємстві	Позначка
Підприємство розробляє та реалізує комплексні стратегії КСВ, повністю дотримуються її принципів	
Підприємство розробляє та реалізує окремі заходи з КСВ, у цілому дотримується головних її принципів	
Підприємство рідко розробляє та реалізує окремі заходи з КСВ, дотримується лише деяких її принципів	
Підприємство не розробляє та не реалізує заходи з КСВ, її принципів не дотримується	

3. Вказати у другій колонці табл. А.4 кількість відповідних заходів, які було впроваджено на Вашому підприємстві впродовж 2021-2023 рр. (якщо заходи якихось груп взагалі не було реалізовано, потрібно ставити нулі у відповідних рядках).

Таблиця А.4

Кількість заходів з КСВ, що були реалізовані на підприємстві впродовж 2021-2023
рр.

Назви груп заходів з КСВ	Кількість заходів
1. Заходи з підвищення енергоефективності	
2. Заходи з підвищення екологічності продукції	
3. Заходи з покращення умов праці та добробуту працівників	
4. Заходи з професійного розвитку персоналу	
5. Благодійна діяльність	

4. Оцінити у десятибальній шкалі (із збільшенням кількості балів рівень зростає) загальний рівень КСВ на Вашому підприємстві _____

5. Надати інформацію, заповнивши другу колонку табл. А. 5, про деякі показники діяльності Вашого підприємства за 2023 рік.

Таблиця А.5

Деякі показники діяльності підприємства за 2023 рік

Назви показників	Значення показників
1. Чистий дохід, тис. грн.	
2. Загальний обсяг інвестиційних витрат, тис. грн.	
3. У тому числі у заходи з КСВ	
4. Величина фінансових санкцій, викликаних невиконанням договорів, порушеннями у сфері захисту довкілля, податкового законодавства тощо, тис. грн.	
5. Кількість працівників на початок року, осіб	
6. У тому числі тих, які займаються фізичною працею, осіб	
7. Кількість працівників на кінець року, осіб	
8. У тому числі тих, які займаються фізичною працею, осіб	
9. Фонд оплати праці, тис. грн.	
10. Сумарні активи за підсумком балансу на початок року, тис. грн.	
11. Сумарні активи за підсумком балансу на кінець року, тис. грн.	
12. Чистий фінансовий результат, тис. грн.	
13. Загальний вартісний обсяг виробленої продукції, тис. грн.	
14. Вартісні обсяги продукції, яка виготовлена із використанням енергозберігаючих технологій, тис. грн.	
15. Вартісні обсяги продукції високої якості, тис. грн.	

Додаток Б

**Форма анкети для опитування власників та менеджерів підприємств
стосовно оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної
відповідальності (КСВ) на підвищення енергоефективності**

Просимо Вас:

1. Оцінити у трьохбальній шкалі (із збільшенням кількості балів зростає величина відповідного показника) у другій колонці табл. Б.1 чинники, які справляють вплив на корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) Вашого підприємства. При цьому при оцінюванні чинників просимо користуватися шкалою, наведеною у табл. Б.2.

Таблиця Б.2

Оціночні рівні чинників, які справляють вплив на корпоративну соціальну
відповідальність (КСВ) підприємства

Назви чинників	Рівні чинників, балів
1. Рівень ресурсного забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів, балів	
2. Рівень існуючих у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів, балів	
3. Рівень дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження, балів	

Таблиця Б.2

Пропоноване бальне оцінювання окремих чинників, які справляють вплив на енергоефективність діяльності підприємств

Рівні відповідних чинників	Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів		Існуючі у власників, менеджерів та фахівців підприємств компетенції з питань управління ресурсами, необхідними для розроблення та реалізації енергозберігаючих проєктів		Дотримання власниками та менеджерами підприємств концепції корпоративної соціальної відповідальності у сфері енергозбереження	
	Характеристика	Балів	Характеристика	Балів	Характеристика	Балів
Нульовий	Ресурсне забезпечення реалізації підприємствами енергозберігаючих проєктів є відсутнім	0	Власники, менеджери та фахівці підприємств зовсім не володіють цими компетенціями	0	Власники та менеджери не дотримуються концепції	0
Низький	Ресурсне забезпечення дає змогу реалізувати лише дуже малі та поодинокі енергозберігаючі проєкти	1	Власники, менеджери та фахівці підприємств володіють лише початковими компетенціями	1	Власники та менеджери лише епізодично дотримуються концепції	1
Середній	Ресурсне забезпечення дає змогу реалізувати лише певну кількість енергозберігаючих проєктів, але є недостатнім для реалізації широкомасштабних програм енергозбереження	2	Власники, менеджери та фахівці підприємств у цілому володіють основними компетенціями	2	Власники та менеджери у цілому дотримуються концепції	2
Високий	Ресурсне забезпечення є достатнім для реалізації широкомасштабних програм енергозбереження	3	Власники, менеджери та фахівці підприємств досконало володіють усіма компетенціями	3	Власники та менеджери повністю дотримуються концепції	3

2. Надати інформацію про обсяги споживання Вашим підприємством природного газу впродовж 2021-2023 рр., заповнивши табл. Б.3.

Таблиця Б.3

Динаміка натуральних обсягів споживання природного газу підприємством

Назва показника	Значення за роками		
	2021	2022	2023
Обсяг споживання природного газу, м ³			

3. Надати інформацію, заповнивши другу колонку табл. Б. 4, про деякі показники діяльності Вашого підприємства за 2022 та 2023 роки.

Таблиця Б.4

Деякі показники діяльності підприємства за 2022 та 2023 роки

Назви показників	Значення показників за роками	
	2022 рік	2023 рік
1. Дохід від операційної діяльності, тис. грн.		
2. Прибуток від операційної діяльності, тис. грн.		
3. Обсяги інвестицій у реалізацію проєктів, спрямованих на економію природного газу, тис. грн.		
4. Витрати на придбання природного газу, тис. грн.		
5. Величина витрат (окрім витрат на придбання природного газу), викликаних реалізацією підприємством проєктів, спрямованих на економію природного газу, тис. грн.		
6. Вартісна величина виробленої підприємством продукції, тис. грн.		

Перелік опублікованих праць за темою дисертації

Публікацій у фахових виданнях України

5. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Показники оцінювання та напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності за умов провадження зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 2 (2025). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2025-2-10680>. *(Особистий внесок здобувача: розроблено систему показників оцінювання та напрями розвитку корпоративної соціальної відповідальності та виділено напрями її розвитку за умов провадження зовнішньоекономічної діяльності).*

6. Мей, Ф.: Чинники та механізм формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність. Економіка та суспільство 66 (2024). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-75>.

7. Станасюк, Н. С., Мей, Ф.: Принципи та послідовність планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки" 4(2), 90–96 (2024). <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-4-9787>. *(Особистий внесок здобувача: сформовано принципи та послідовність планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств).*

8. Станасюк, Н., Мей, Ф.: Ключові характеристики корпоративної соціальної відповідальності та особливості її розвитку в Китаї. Економіка та суспільство 53 (2023). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-60>. *(Особистий внесок здобувача: виконано аналізування ключових характеристик корпоративної соціальної відповідальності та особливості її розвитку в Китаї).*

5. Mei, F., Stanasiuk, N. S.: The need for a strategic approach to corporate social responsibility and methodological aspects of its implementation. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку 2(8), 112–120

(2022). *(Особистий внесок здобувача: розроблено методичні засади стратегічного планування корпоративної соціальної відповідальності)*.

Публікація у журналі, який індексується у базі Scopus

6. Mei, F., Stanasiuk, N., Vysochan, O., Yemelyanov, O., Нук, V.: Corporate Social Responsibility as One of the Factors of Increasing Energy Efficiency: The Case of Energy Consumption at Industrial Companies of Ukraine. Journal of Sustainability Research 6(3) (2024). <https://doi.org/10.20900/jsr20240056>. *(Особистий внесок здобувача: проаналізовано вплив корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність діяльності підприємств)*.

Публікації у матеріалах науково-практичних конференцій

13. Мей, Ф.: Модель формування оптимальної програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах. Theoretical and empirical scientific research: concept and trends. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference, Oxford, March 7, 2025. Oxford-Vinnytsia: P.C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, 17–20 (2025).

14. Мей, Ф.: Визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах поглиблення співробітництва між Україною та Китаєм. Цифрове наукове суспільство: соціально-економічні, правові та міжнародні аспекти: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Дніпро, 28 лютого, 2025р. Міжнародний центр наукових досліджень. —Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 112–115 (2025).

15. Мей, Ф.: Групування факторів формування корпоративної соціальної відповідальності компаній, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. V International Scientific and Practical Conference «Theoretical and practical aspects of

modern scientific research». Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ». January 24, 2025; Seoul, South Korea, 20–23 (2025).

16. Мей, Ф.: Основні етапи розроблення програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики: збірник наукових праць з матеріалами IV Міжнародної наукової конференції, м. Рівне, 13 грудня, 2024р. Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця: ТОВ«УКРЛОГОС Груп», 128–131 (2024).

17. Мей, Ф.: Принципи планування заходів з корпоративної соціальної відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності підприємств. V International Scientific and Theoretical Conference «Scientific method: reality and future trends of researching». Collection of scientific papers «SCIENTIA». Zagreb, Croatia. December 13, 2024, 52–55 (2024).

18. Mei, F., Stanasiuk, N.: Assessment of corporate social responsibility using ESG indicators. Наукові тренди постіндустріального суспільства: матеріали IV Міжнародної наукової конференції, 31 березня 2023 р., Суми, Україна, 64–65 (2023). *(Особистий внесок здобувача: розглянуто теоретичні засади оцінювання корпоративної соціальної відповідальності за допомогою ESG – показників).*

13. Мей, Ф., Станасюк, Н. С.: Розвиток корпоративної соціальної відповідальності: досвід Китаю. Modern technologies of human development: abstracts of VIII International scientific and practical conference, November 06–08, 2023, Bordeaux, France, 73–74 (2023). *(Особистий внесок здобувача: проаналізовано досвід розвитку корпоративної соціальної відповідальності у Китаї).*

Апробація результатів дисертаційної роботи

№ п/п	Тип конференції	Назва конференції	Місце і дата проведення	Тип участі
1.	Міжнародна науково-практична конференція	«Theoretical and empirical scientific research: concept and trends»	м. Оксфорд, Велика Британія, 5 березня 2025 р.	Заочна
2.	Міжнародна науково-практична конференція	«Цифрове наукове суспільство: соціально-економічні, правові та міжнародні аспекти»	м. Дніпро, 28 лютого 2025 р.	Заочна
3.	Міжнародна науково-практична конференція	« Theoretical and practical aspects of modern scientific research »	м. Сеул, Південна Корея, 24 січня 2025 р.	Заочна
4.	Міжнародна науково-практична конференція	«Період трансформаційних процесів в світовій науці: задачі та виклики»	м. Рівне, 13 грудня 2024 р.	Заочна
5.	Міжнародна науково-практична конференція	«Scientific method: reality and future trends of researching»	м. Загреб, 13 грудня 2024 р.	Заочна
6.	Міжнародна науково-практична конференція	«Наукові тренди постіндустріального суспільства»	м. Суми, 31 березня 2023 р.	Заочна
7.	Міжнародна науково-практична конференція	«Modern technologies of human development»	Bordeaux, France, 6 – 8 листопада 2023 р.	Заочна

Відомості про впровадження результатів дисертаційної роботи



ПрАТ "Нововолинський Ливарний Завод"
PJSC "Novovolynsk foundry"



nlz.ua

info@nlz.ua

+38 (050) 445 79 01

+38 (033) 444 80 87

№ 25/211 від 31.03.2025

Довідка

про впровадження результатів дисертаційної роботи
на тему «Оцінювання та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в
контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм»
здобувача наукового ступеня доктора філософії
Національного університету «Львівська політехніка»

Мей Фей

у практичну діяльність ПАТ «НОВОВОЛИНСЬКИЙ ЛИВАРНИЙ ЗАВОД»

Ця довідка підтверджує застосування результатів дисертаційної роботи на
здобуття наукового ступеня доктора філософії Мей Фей у діяльності ПАТ
«НОВОВОЛИНСЬКИЙ ЛИВАРНИЙ ЗАВОД». До впровадження прийнято
розроблений інструментарій оцінювання корпоративної соціальної
відповідальності.

Використання розробленого Мей Фей інструментарію дало змогу оцінити
наявний стан корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві, виявити
резерви його покращення та сформулювати науково обґрунтовану програму заходів
щодо реалізації цих резервів.

Директор ПрАТ «НЛЗ»



Олександр ЧЕРНЯВСЬКИЙ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор в науковій роботі

Національного університету

«Львівська політехніка»

Іван ДЕМИДОВ

04 2015 р.

АКТ

про використання результатів дисертаційної роботи Мей Фей на тему «Оцінювання та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм», представленій на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», при виконанні науково-дослідної роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка» за темою: «Аналітика та розвиток міжнародної економічної діяльності: методи реалізації, адміністративні інструменти, інноваційно-інвестиційні результати»

Комісія у складі – начальника НДЧ. д.т.н., ст. досл. Небесного Р. В., зав. відділу науково-організаційного супроводу наукових досліджень к.т.н. Лазько Г. В., виконуючого обов'язки завідувача кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва к.е.н., проф. Чернобай Л. І. та заст. начальника планово-фінансового відділу Фаст І.І. цим актом підтверджує, що результати дисертаційної роботи здобувача наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» Мей Фей використані при виконанні науково-дослідної роботи кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка» за темою: «Аналітика та розвиток міжнародної економічної діяльності: методи реалізації, адміністративні інструменти, інноваційно-інвестиційні результати» (номер державної реєстрації: 0125U001352).

За результатами виконання науково-дослідної роботи Фей Мей розроблено метод планування заходів, спрямованих на розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм. Цей метод передбачає формування програми таких заходів на засадах їхнього ранжування за ступенем ефективності та вибору такої сукупності цих заходів, яка б забезпечувала достатній рівень цієї ефективності як для власників підприємств, що реалізують ці заходи, так і для інших зацікавлених осіб, зокрема для найманих працівників, контрагентів (у тому числі – зарубіжних) та мешканців територіальних громад з урахуванням обмежень на наявні та можливі до залучення обсяги інвестиційних ресурсів, необхідних для реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

Голова комісії:

начальник НДЧ,

д.т.н., ст.досл.

Роман НЕБЕСНИЙ

Члени комісії:

зав.відділу НОСНД, к.т.н.

Галина ЛАЗЬКО

В.Ф. заст.нач. відділу ПФВ

Ірина ФАСТ



0004453

УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

вул. С. Бандери, 12, Львів, 79013, тел. (380-32) 237-49-93, 258-21-11, факс: (380-32) 258-26-80
ел. пошта: coffice@lpnu.ua, інтернет: www.lpnu.ua

31.03 2025 № 67-01-419

на № _____

До спеціалізованої вченої ради
Національного університету «Львівська політехніка»

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи на тему «Оцінювання та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм» Фей Мей у навчальному процесі

Основні положення та результати дисертаційної роботи Фей Мей на тему «Оцінювання та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в контексті поглиблення міжнародного співробітництва між Україною та Китаєм», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини», впроваджені у навчальний процес Національного університету «Львівська політехніка» та використовуються під час викладання дисципліни «Соціальна відповідальність (анг. мовою)» (для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»).

Зокрема, у навчальному процесі впроваджено запропоновані Фей Мей:

- положення з оцінювання компетентності власників та менеджерів підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності у питаннях реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності та схильності до такої реалізації, що дає змогу встановлювати напрями покращення компетентності керівників компаній у питаннях їх соціальної відповідальності (дисципліна «Соціальна відповідальність (анг.мовою)», тема 2 «Управління стейкхолдерами (Stakeholder Management) »;

- метод оцінювання впливу розвитку корпоративної соціальної відповідальності на енергоефективність підприємств, що дозволяє активізувати діяльність компаній у сфері енергозбереження на засадах розроблення та реалізації стратегій соціальної відповідальності бізнесу (дисципліна «Соціальна відповідальність (анг.мовою)», тема 8 «Лідерство для сталого розвитку (Leadership for Sustainability)».

Проректор з науково-педагогічної роботи
к.т.н., доцент

Олег ДАВИДЧАК

Виконавець
Станасюк Н.С. (032)258-22-89