

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

ЛАГУТА ЯРОСЛАВ МИКОЛАЙОВИЧ

УДК 65.014.1:621:338.26

**РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Тернопіль – 2018

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Роботу виконано у Житомирському державному технологічному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
Тарасюк Галина Миколаївна,
Житомирський державний технологічний університет
Міністерства освіти і науки України,
завідувач кафедри менеджменту і туризму.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
Череп Алла Василівна,
Запорізький національний університет
Міністерства освіти і науки України,
декан економічного факультету;

доктор економічних наук, професор
Гончар Ольга Іванівна,
Хмельницький національний університет
Міністерства освіти і науки України,
професор кафедри економіки підприємства і підприємництва.

Захист дисертації відбудеться 29 серпня 2018 р. о 13⁰⁰ год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 58.052.05 Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України за адресою: 46008, м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, зала засідань.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Руська, 56.

Автореферат розісланий 27 липня 2018 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

О.А. Сороківська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) є важливою складовою концепції розвитку сучасного вітчизняного підприємства. Завдяки високому рівню розвитку КСВ, як показує закордонний досвід, підприємство набуває цілого ряду переваг та займає важливе місце в житті суспільства. Проте, відсутність у керівників вітчизняних підприємств ефективних інструментів реалізації принципів КСВ призводить до відсутності або часткової втрати, в кращому випадку, соціальної активності та значимості, зниження рівня ділової репутації та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Теоретико-методичні та практичні засади КСВ підприємства досліджувалися і висвітлені у працях багатьох зарубіжних вчених: Г. Боуена, К. Девіса, А. Керолла, Ф. Котлера, Р. Фримана, М. Фридмана та інших. Вітчизняні дослідники також досліджують питання соціальної відповідальності бізнесу підприємств, зокрема варто відмітити Б. Андрушківа, З. Бриндзю, А. Бутенко, О. Буян, О. Ворона, О. Грішнову, О. Гончар, М. Ігнатенка, С. Ілляшенко, Н. Кирич, А. Колот, Н. Краснокутську, Н. Кусик, Т. Мостенську, О. Орлова, О. Охріменко, О. Панухник, О. Павликівську, Н. Скопенко, Г. Тарасюк, А. Череп, Н. Міщук, О. Шпак, Б. Язлюка, І. Ясінецьку та інших.

Не применшуючи важливості наукових здобутків вчених, зважаючи на особливості функціонування підприємств в умовах євроінтеграційних процесів, в умовах реалізації Стратегії сталого розвитку, зростання ролі КСВ суб'єктів господарювання та оцінюючи вплив КСВ на їх діяльність, можна виділити ряд проблемних питань теоретичного і прикладного характеру, які потрібно вирішити. Зокрема, це розробка механізму реалізації КСВ, що дозволить не тільки впровадити принципи КСВ в діяльність, а й отримати ефективні результати, які задовольнять інтереси усіх зацікавлених сторін. Важливою складовою цього процесу є розробка та впровадження ключових якісних та кількісних параметрів для оцінки ефективності КСВ та методичних рекомендацій щодо визначення інтегрального показника, який би показував рівень соціальної активності підприємства. Розвиток форм та напрямів КСВ підприємства, їх адаптація до потреб суспільства, вимог законодавства та понадзаконодавчі КСВ-заходи забезпечать довгострокову конкурентоспроможність підприємства, а суспільству і державі – вигоди. Тому розробка теоретико-методичних та практичних засад з даної проблематики є своєчасними та актуальними.

Зв'язок роботи із науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана в рамках науково-дослідної тематики Житомирського державного технологічного університету. Зокрема, тем: «Розвиток менеджменту суб'єктів господарювання Житомирського регіону» (№ ДР 0112U006056), де автором проведена оцінка рівня розвитку корпоративної відповідальності підприємств харчової промисловості регіону, розроблені рекомендації щодо інтеграції принципів КСВ в систему управління підприємством; «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємства» (№ ДР 0117U006217), де автором особисто розроблено пропозиції по удосконаленню

механізму КСВ підприємства, методичні рекомендації щодо його поетапної реалізації та комплексної оцінки ефективності.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні були поставлені наступні завдання:

- дослідити генезис концепції КСВ підприємств, узагальнити теоретичні засади та поглибити наукову сутність та практичну значущість поняття «корпоративна соціальна відповідальність»;
- провести критичний аналіз існуючих ініціатив та стандартів КСВ, визначити існуючі проблеми нормативного забезпечення в даній сфері в Україні на державному та внутрішньокорпоративному рівні, запропонувати шляхи вирішення;
- обґрунтувати та окреслити основні форми та напрями реалізації КСВ підприємства;
- обґрунтувати теоретико-методичний підхід до визначення рівня розвитку КСВ підприємства залежно від етапу життєвого циклу підприємства та КСВ-заходів;
- дослідити основні тенденції розвитку підприємств харчової промисловості, стан їх фінансового забезпечення, аналіз існуючих бізнес-практик в сфері КСВ провідних підприємств;
- дослідити існуючі методичні підходи до оцінки ефективності КСВ та обґрунтувати систему показників для проведення експрес-оцінки розвитку КСВ підприємства;
- визначити систему комплаєнс-критеріїв узгодженості показників експрес-аналізу із вимогами GRI G4 для цілей формування нефінансової звітності вітчизняними підприємствами;
- визначити існуючі проблеми та фактори, які стримують розвиток КСВ вітчизняних підприємств та оцінити вплив рівня розвитку КСВ на ділову репутацію підприємств;
- удосконалити механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю підприємства;
- обґрунтувати сутність поняття «стейкхолдерська вартість» та визначити напрями аналізу, які будуть характеризувати рівень КСВ за визначеними групами стейкхолдерів;
- удосконалити методичний підхід до комплексної оцінки ефективності КСВ з використанням інтегрального показника ефективності КСВ;
- обґрунтувати сутність категорії «державно-приватне партнерство» та розробити рекомендації щодо його розвитку як форми реалізації соціально-відповідальної поведінки суб'єктів господарювання.

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств харчової промисловості.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних положень розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

Методи дослідження. В основу теоретичних досліджень покладено метод *конкретно-історичного аналізу* для вивчення генезису КСВ та висвітлення етапів розвитку КСВ; методи *порівняння та систематизації, синтезу та аналізу* для визначення сутності понять «корпоративна соціальна відповідальність» та «стейкхолдерська вартість», аналізу зарубіжних моделей КСВ, для оцінки чинників, які впливають на рівень розвитку КСВ та ділову репутацію підприємства, оцінки бізнес-практик КСВ підприємств, узагальнення результатів досліджень; *статистичного аналізу* – для проведення аналізу та основних тенденцій розвитку підприємств харчової промисловості; *експертного методу* – для проведення опитування та оцінки чинників, які найбільш впливають на розвиток КСВ підприємств; *групування* – для узагальнення класифікаційних ознак та формування напрямів аналізу, результатів дослідження та показників оцінки ефективності; *рейтингових оцінок* – для визначення рейтингу підприємств за рівнем розвитку КСВ; *економіко-математичного моделювання* – для визначення узгодженості думок експертів, для оцінки впливу КСВ на діяльність підприємства, побудови моделі визначення інтегрального показника ефективності КСВ.

Інформаційною базою дослідження були: міжнародні стандарти та інші нормативні документи в сфері КСВ, чинні законодавчі та нормативно-правові акти України, офіційні дані Державної служби статистики та інші офіційні дані міністерств і відомств України, публічна інформація підприємств та нефінансова звітність, розміщена на офіційних сайтах великих підприємств, фінансова та статистична звітність досліджуваних підприємств, офіційні дані аналітичної системи You Control, результати власних досліджень.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в поглибленні існуючих і розробці нових теоретичних та методичних положень щодо розвитку КСВ підприємств, зокрема:

удосконалено:

- сутність поняття «корпоративна соціальна відповідальність», як системи послідовних економічних, соціальних, екологічних заходів, які добровільно здійснюються підприємством відповідно до етичних норм, правил і цінностей організації, які: реалізуються на основі постійної взаємодії із заінтересованими сторонами; відповідають чинному законодавству і узгоджуються з міжнародними нормами поведінки; направлені на довгострокове підвищення іміджу та ділової репутації, ріст капіталізації, конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку суб'єктів господарювання та підвищення добробуту суспільства;

- класифікацію зобов'язань підприємства в контексті КСВ, які пропонується поділяти за стейкхолдерським підходом на зобов'язання законодавчо встановлені та понад законодавчо встановлені, що дасть можливість встановити рівень добровільної ініціативи підприємств у сфері КСВ та врахувати при визначенні рівня розвитку КСВ підприємства;

- класифікацію форм та напрямів реалізації КСВ підприємства, яка, на відміну від існуючих, включає напрями реалізації внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності за перспективами: «споживачі», «процеси», «фінанси», «персонал» та «соціальна відповідальність бізнесу», що дасть можливість включати КСВ-цілі за складовими (економічною, екологічною та соціальною) у загальну стратегію та враховувати їх при формуванні стратегічної карти розвитку підприємства;

- теоретико-методичний підхід до визначення рівня розвитку КСВ підприємства залежно від життєвого циклу підприємства та здійснюваних КСВ-заходів, зокрема запропоновано п'ять рівнів розвитку: перший (базовий рівень відповідальності за законодавчо встановленими зобов'язаннями), другий (додатково до першого рівня активна благодійна та/або спонсорська діяльність), третій (високий рівень відповідальності підприємства перед внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, в тому числі за зобов'язаннями понад законодавчо встановленими), четвертий (рівень стратегічної направленості КСВ та соціальних інвестицій), п'ятий (рівень ефекту синергізму КСВ) рівні;

- методичний підхід до проведення експрес-оцінки КСВ підприємства в частині формування системи якісних та кількісних показників, що, на відміну від існуючих, додатково включає запропоновані автором показники: фінансової стійкості підприємства, показники відповідальності перед акціонерами та власниками, показники інноваційної активності та якості продукції, показники антикорупційної діяльності, показники енергозбереження;

- механізм управління корпоративною соціальною відповідальністю, який є системним процесом, базується на застосуванні основних функцій менеджменту до КСВ: планування, організації, мотивації та контролю, включає такі основні етапи: формування цілей КСВ, організаційно-плановий, етап реалізації, етап формування та оприлюднення результатів корпоративної соціальної діяльності (КСД), охоплює всі рівні управління, реалізується в основних бізнес-процесах та сприяє комплексному впровадженню принципів КСВ у діяльність підприємства;

- метод визначення інтегрального показника ефективності КСВ, який розраховується з використанням системи якісних та кількісних параметрів оцінки КСВ, які, на відміну від існуючих, враховують показники внутрішньої та зовнішньої форми КСВ. Значення інтегрального показника дає можливість визначити рівень розвитку КСВ підприємства;

набули подальшого розвитку:

- формування системи комплаєнс-критеріїв узгодженості показників експрес-аналізу із вимогами Керівництва по звітності в галузі сталого розвитку GRI G4 для цілей формування нефінансової звітності в напрямі гармонізації з міжнародними стандартами КСВ підприємств;

- понятійно-категоріальний апарат шляхом уточнення категорії «стейкхолдерська вартість», під якою варто розуміти суб'єктивну оцінку стейкхолдером або групою стейкхолдерів цінності (вигоди), отриманої у результаті взаємодії підприємства та стейкхолдера, які запропоновано оцінювати за

визначеними напрямками аналізу і оцінки політики КСВ підприємства щодо своїх стейкхолдерів;

- понятійно-категоріальний апарат у частині розвитку категорії «показник ефективності соціальних інвестицій», який пропонується розраховувати як відношення доданої вартості створеної на підприємстві до обсягу соціальних інвестицій за певний період часу;

- обґрунтування сутності державно-приватного партнерства як категорії економічної науки та однієї із перспективних форм взаємодії бізнесу і держави в рамках КСВ, спрямованої на формування взаємовигідних відносин та задоволення інтересів суспільства, держави і власників приватного капіталу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у широких можливостях використання одержаних наукових результатів, які доведені до рівня методичних рекомендацій та практичного інструментарію в діяльності підприємств та формувати модель соціально відповідального бізнесу в партнерстві з державою та суспільством. Рекомендації щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності прийняті до впровадження на ПАТ «Житомирський маслозавод «Рудь» (акт впровадження № 307 від 13.02.2018), ТОВ «Органік Мілк» (акт про впровадження №1/1 від 02.01.2018), ПАТ «Пиво-безалкогольний комбінат «Радомишль» (акт впровадження №376/1 від 08.11.2017).

Запропоновані теоретико-методичні засади розвитку КСВ використовувалися в діяльності Управління агропромислового комплексу Житомирської обласної державної адміністрації при розробці Програми розвитку агропромислового комплексу Житомирської області на 2016-2020 роки в частині визначення напрямів адаптації підприємств до європейських стандартів соціальної відповідальності, шляхів їх реалізації та розвитку державно-приватного партнерства як ефективного інструменту впровадження соціально-орієнтованих підходів в економіку регіону (акт про впровадження від 20.10.2017).

Окремі науково-теоретичні та методичні положення дисертаційної роботи використовуються у навчальному процесі при викладанні дисциплін «Менеджмент» і «Корпоративна соціальна відповідальність» для студентів денної та заочної форм навчання за програмами підготовки бакалаврів і магістрів за спеціальністю «Менеджмент» (довідка про впровадження від 02.03.2018).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є одноосібно виконаним науковим дослідженням. Наукові положення, висновки та рекомендації, що виносяться на захист, здобуто автором самостійно та опубліковано в наукових працях. Із наукових публікацій, які видано у співавторстві, в дисертації використані лише ті здобутки, які належать особисто автору.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження доповідались та обговорювались на: 7 міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: XII Міжнародній наук.-практ. конф., присвяченій 85-річчю від дня народження д.е.н., проф. Чепурнова І.А. (м. Київ, 26-27 травня 2016 р.), I Міжнародній наук.-практ. on-line конф. «Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі (м. Житомир, 14-16 грудня 2016 р.),

Міжнародній наук.-практ. конф. «Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики» (м. Полтава, 11-12 травня 2017 р.), IX Міжнародній наук.-практ. конф. «Маркетингове забезпечення продовольчого ринку» (м. Полтава, 28 квітня 2017 р.), Міжнародній наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми економіки та менеджменту» (м. Запоріжжя, 19-20 травня 2017 р.), Міжнародній наук.-практ. конф. «Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору» (м. Київ, 9 листопада 2017 р.), Міжнародній наук.-практ. on-line конф. молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів «Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку» (м. Житомир, 19-21 грудня 2017 року); на Всеукраїнських 2 науково-практичних конференціях: III Всеукраїнській наук.-практ. конф. молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів «Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі» (м. Житомир, 17-19 грудня 2015 р.), IV Всеукраїнській наук.-практ. конф. молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів «Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі» (20-22 квітня 2017 р.); на засіданні круглого столу «Виробничий менеджмент: історія і сьогодення» з нагоди 100-річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне в промислове управління» (1916 р.) (м. Київ, 25 листопада 2016 р.).

Публікації. За результатами дослідження опублікована 19 наукових праць загальним обсягом 5,8 др. арк. (особисто автору належить 5,2 др. арк.). З них 2 статті у колективних монографіях обсягом 1,2 др. арк., 7 статей у наукових журналах (з них 3 у співавторстві (особисто автору належить 2,6 др. арк.)), із них 6 статей у наукових фахових виданнях (2,2 др.арк. належить особисто автору), 10 публікацій у матеріалах наукових конференцій (1,55 др. арк., особисто автору належить 1,4 др. арк.). Із опублікованих 7 статей, 4 включено до міжнародних наукометричних баз (3 одноосібні загальним обсягом 1,65 др. арк.).

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст дисертації викладено на 215 сторінках друкованого тексту. Матеріали дисертації містять 46 таблиць, 23 рисунків і 14 додатків. Список використаних джерел налічує 173 найменувань, які розміщені на 21 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, головні завдання, визначені об'єкт, предмет і методи дослідження, висвітлено наукову новизну та практичне значення отриманих автором результатів, наведено відомості щодо їх апробації.

У першому розділі «Теоретичні основи корпоративної соціальної відповідальності підприємств» досліджено генезис та становлення концепції, виділено шість еволюційних етапів, які стали основою формування сучасного етапу розвитку КСВ. Кожен з етапів характеризується появою нової теорії соціальної

відповідальності, яка удосконалює попередню. Початок становлення КСВ пов'язують з появою терміну «соціальна відповідальність бізнесмена» (початок 50-х років ХХ ст.), другий етап – етап формування теорії корпоративного соціального сприйняття (70-80 роки ХХ ст.), третій етап характеризується появою терміну «корпоративна соціальна діяльність», визначення її теоретичної сутності та виду практичної діяльності (80-90 роки ХХ століття). Четвертий етап – розвиток теорії КСВ на основі стейкхолдерського підходу як продовження попередніх концепцій, який характеризувався появою терміну «заінтересована сторона», появою стандартів КСВ, нефінансової звітності та соціального аудиту (кінець 90-х років ХХ ст.). П'ятий етап розвитку КСВ характеризується появою концепції «корпоративного громадянства», початку розуміння важливості партнерських відносин між бізнесом, державою та суспільством, зародженням теорії сталого розвитку (початок ХХІ ст.). Наступний етап розвитку концепції КСВ – це період формування теорії корпоративної стійкості, в центрі якої самоорганізована соціальна компанія, яка має свою корпоративну культуру, яка і визначає політику КСВ (перше десятиліття ХХІ ст.). Сучасний період розвитку концепції КСВ характеризується інтегрованим поєднанням теорій «стейкхолдерського підходу», «корпоративної стійкості» та «сталого розвитку». За результатами дослідження визначено, що корпоративна соціальна відповідальність повинна розвиватись на основі «ядра» з врахуванням альтернативних концепцій як наукова концепція та практична діяльність і бути тісно пов'язаною з інституційною теорією, теоріями права, менеджменту, економічними теоріями, соціальними та екологічними теоріями та практичними діями задля задоволення інтересів стейкхолдерів. До основних принципів КСВ віднесено такі: добровільності, відповідальності, системності, інтегрованості, прозорості, комплексності, повноти, підзвітності, інноваційності, інтегрованості, важливості та реальності тощо.

Корпоративна соціальна відповідальність підприємства – це система послідовних економічних, соціальних, екологічних заходів, які: добровільно здійснюються підприємством відповідно до етичних норм, правил і цінностей організації, реалізуються на основі постійної взаємодії із заінтересованими сторонами, відповідають чинному законодавству і узгоджуються з міжнародними нормами поведінки; направлені на довгострокове підвищення іміджу та ділової репутації, ріст капіталізації, конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку суб'єктів господарювання та підвищення добробуту суспільства.

З позицій структурного підходу до концепції КСВ, визначено, що соціальна відповідальність компанії повинна включати такі структурні компоненти: соціальне сприйняття, соціальна діяльність, соціальне реагування, соціальне зобов'язання. Досліджено взаємозв'язок цих основних компонентів КСВ підприємства (рис. 1). Розглянутий структурний підхід дозволяє визначити на якому рівні КСВ знаходиться компанія. Відповідно до розглянутих компонентів за структурним підходом можна визначити, чи відноситься компанія до соціально відповідальних, а також визначити навіть рівень ділової репутації відносно соціально відповідальної поведінки.

Відповідно до стейкхолдерської теорії КСВ в контексті її розвитку, автором

проведене групування стейкхолдерів підприємства за визначеними ознаками та узагальнені характеристики інтересів основних груп заінтересованих сторін. За ознакою обов'язковості виконання, запропоновано зобов'язання підприємства в сфері КСВ поділяти на: законодавчо встановлені та понад законодавчо встановлені. Такий їх поділ дасть можливість встановити рівень добровільної ініціативи підприємства та враховувати його при визначенні рівня розвитку його КСВ. Проведений аналіз основних документів у сфері КСВ на корпоративному рівні.

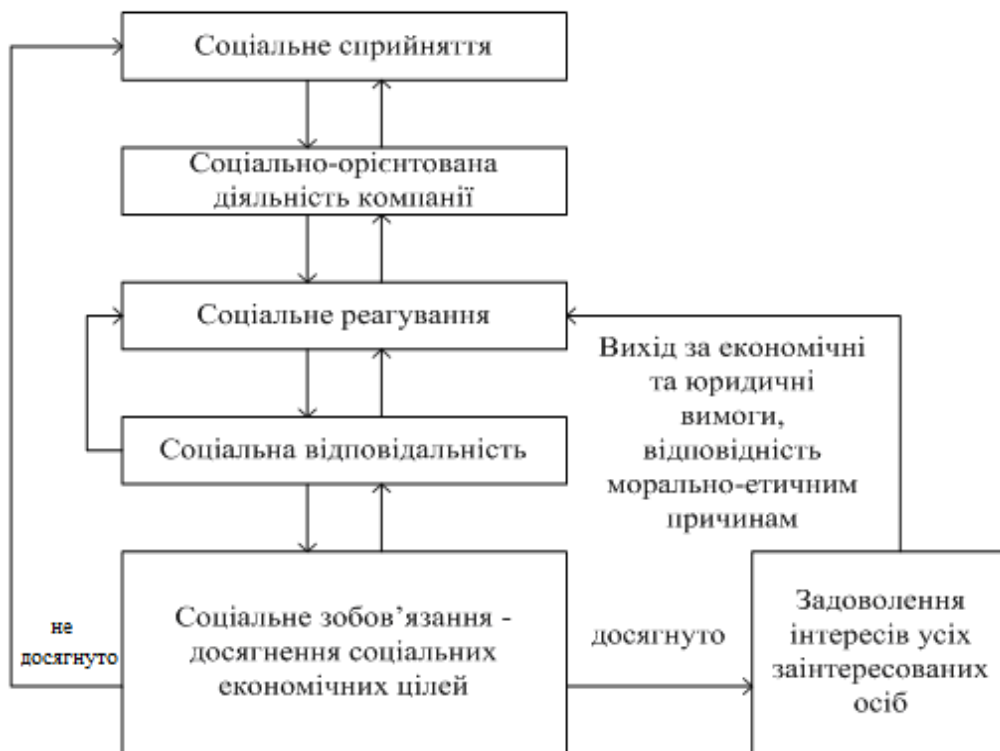


Рис. 1. Взаємозв'язок основних структурних компонентів КСВ підприємства

Стандарти та ініціативи соціальної відповідальності бізнесу є важливими, оскільки є нормативною базою для впровадження та оцінки КСВ і регулюють взаємовідносини в даній сфері. Критичний аналіз основних ініціативних документів міжнародного рівня та стандартів КСВ дав можливість визначити їх взаємозв'язок та можливості їх застосування. В результаті досліджень зарубіжних моделей КСВ встановлено, що для європейських підприємств характерна тенденція системного бачення та взаємодії бізнес-структур, суспільства та держави. Континентальна модель КСВ направлена на перетворення компаній в повноправних членів національних спільнот, а їх соціальна відповідальність є ресурсом європейського розвитку. Такий досвід може трансформуватись в національну модель КСВ та стати вагомим компонентом євроінтеграції вітчизняних підприємств.

Обґрунтовано, що прийняття Стратегії КСВ на національному рівні буде сприяти імплементації основних її положень в Стратегію соціально-економічного розвитку держави, регіональні стратегії, галузеві стратегії, враховуватись при розробці та впровадженні Корпоративних кодексів, стратегій КСВ суб'єктів

господарювання тощо. Створення преференцій зі сторони держави для соціально відповідального бізнесу повинно стати поштовхом для розвитку КСВ. Пільгове оподаткування, підтримка розвитку соціальних інвестицій, наявність нормативної бази в сфері КСВ, постійна інформаційна, методологічна, консультаційна підтримка соціально відповідального бізнесу, навчання персоналу, відповідального за КСВ, створення відповідних консультативних рад повинні стати першочерговими заходами.

Визначені основні напрями та форми реалізації КСВ підприємств. Зокрема, реалізацію внутрішньої та зовнішньої форм соціальної відповідальності пропонується здійснювати за стратегічними перспективами: «споживачі», «процеси», «фінанси», «персонал» та «соціальна відповідальність бізнесу», що дасть можливість включати КСВ-цілі за складовими (економічною, екологічною та соціальною) в загальну стратегію та враховувати їх при формуванні стратегічної карти розвитку підприємства. Обґрунтовано взаємозв'язок КСВ із етапами життєвого циклу підприємства та визначено п'ять рівнів розвитку КСВ підприємства. Зокрема, перший рівень (базовий). Дотримання вимог базового рівня дозволяє підприємству здійснювати свою діяльність в рамках обов'язкових законодавчих вимог та етичних норм бізнесу. Другий рівень (рівень благодійної та/або спонсорської діяльності). Третій рівень (рівень відповідальності підприємства перед внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами, публічна звітність про соціальну діяльність та розміщення результатів на сайті компанії і засобах масової інформації). Четвертий рівень (рівень стратегічної направленості КСВ та соціальних інвестицій. Окрім дотримання трьох базових рівнів, підприємства переходять на якісно новий рівень розвитку КСВ. Запровадження та дотримання європейських стандартів, розробка стратегії соціально відповідальних заходів та її інтеграція в стратегію розвитку підприємства) тощо. П'ятий рівень (рівень ефекту синергізму КСВ). Соціальну відповідальність диктують соціальні блага, а не потреби бізнесу. Стандарти та ініціативи КСВ визначаються через діалог із суспільством. Це той рівень, коли взаємна співпраця задовольняє найвищий рівень очікувань усіх заінтересованих сторін, створення максимальної стейкхолдерської вартості. Коли результат спільних дій підприємства, влади та усіх стейкхолдерів створює додатковий ефект для всього суспільства, підвищує рівень розвитку держави в цілому та може бути спрямований на вирішення глобальних проблем людства.

У другому розділі **«Оцінка рівня розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств»** проведено аналіз основних показників діяльності підприємств харчової промисловості України, визначено тенденції їх розвитку, проведена оцінка КСВ-практик підприємств та визначений вплив КСВ на ділову репутацію підприємств. Проведено аналіз існуючих методів та методик оцінки стану КСВ підприємств.

Частка продукції, яку виробляють підприємства харчової промисловості у загальному промисловому виробництві у 2016 році складала 21,4 %. Кількість промислових підприємств, які виробляють таку продукцію в Україні в 2016 році 5104 одиниці (13,2 % від загальної кількості підприємств промисловості країни), з

них 51 велике підприємство, 939 одиниць середнього розміру та 4114 малих підприємств, з них мікропідприємства – 2910 одиниць. Основні показники економічної діяльності підприємств харчової промисловості України за 2011-2016 роки наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Основні показники діяльності підприємств харчової промисловості України за 2011-2016 роки

Показники	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяг реалізованої продукції підприємств, млрд. грн.	222,4	254,5	261,8	302,4	398,0	462,4
Кількість підприємств, од.	6559	5768	6407	5528	5502	5104
Кількість зайнятих працівників підприємств, тис. осіб	427,2	417,0	404,1	350,8	321,0	315,0
Середньомісячна ном. заробітна плата штатних працівників, грн	2545	2891	3110	3337	4184	6069
Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	2303,6	7183,9	6531,7	-16906,0	-16553,3	-7509,5
Кількість підприємств, які одержали прибуток - у% до загальної кількості; - фінансовий результат, млн. грн.	58,1 9751,0	60,3 12546,2	62,1 11997,9	61,6 11377,4	72,0 17022,7	70,8 15540,4
Кількість підприємств, які одержали збиток - у% до загальної кількості; - фінансовий результат, млн. грн.	41,9 7447,4	39,7 5362,3	37,9 5466,2	38,4 28283,4	28,0 33576,0	29,2 23049,9
Рівень рентабельності операційної діяльності промислових підприємств, %	4,2	6,4	6,1	5,1	3,0	2,8
Рівень рентабельності (збитковості) усієї діяльності підприємств, %	0,8	2,5	2,3	-4,5	-3,3	-1,3

Оцінюючи фінансові результати діяльності підприємств, можемо констатувати, що майже третина підприємств є збитковими і 70,8 % підприємств, які отримали прибуток у розмірі 15,54 млрд. грн. не перекривають збитку 29,2% збиткових підприємств із загальним збитком 23,05 млрд. грн. Причому, за даними проведеного аналізу результатів діяльності підприємств за їх розмірами, переважно збитковими є середні та малі підприємства. Високий рівень витрат виробництва, відсутність інноваційних технологій та високий рівень зносу основних засобів разом з високими цінами на сировинні ресурси та енергоресурси формують негативний фінансовий результат з присутністю випереджального зростання витрат на виробництво продукції над темпами зростання прибутку.

У процесі дослідження, визначено проблеми, які гальмують реалізацію принципів КСВ на підприємствах. До основних можна віднести: недооцінка як менеджментом підприємства, так і заінтересованими сторонами економічних вигід реалізації КСВ на практиці, підтвердженого передовою світовою практикою

взаємозв'язку рівня КСВ підприємств та фінансових результатів діяльності; позиція вищого керівництва переважної більшості компаній, яке вважає, що дотримання принципів КСВ вимиває ресурси від вирішення більш важливих завдань модернізації вітчизняної економіки; недооцінка можливостей створення позитивного іміджу підприємства, покращення його позиціонування на ринку; недостатньо високий рівень ділової культури бізнес-об'єднань і українського суспільства. Разом з тим, цілі компаній, інтереси і очікування стейкхолдерів, які формують основні напрями і безпосередньо зміст соціальної відповідальності, є багатосторонніми, складними з точки зору ідентифікації, змінюються в часі і навіть суперечать один одному.

Для оцінки стану впровадження практик КСВ здійснено моніторинг діяльності п'яти підприємств різних галузей харчової промисловості Житомирської області, зокрема: ПАТ «Житомирський маслозавод» (ПАТ «ЖМЗ»), ПАТ «Житомирський комбінат хлібопродуктів» (ПАТ «ЖЗХП»), ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» (ТОВ «ЖМК»), ТОВ «Органік Мілк» (ТОВ «ОМ»), ПАТ «Пиво-безалкогольний завод «Радомишль» (ПАТ ПБЗ «Радомишль») та проведено експрес-оцінку показників КСВ діяльності підприємств. Удосконалена система показників для проведення експрес-оцінки КСВ передбачає групування показників за складовими: економічна, соціальна, екологічна. Кожна із цих складових має свої групи показників. Економічна складова включає: показники фінансової стійкості підприємства та показники відповідальності перед акціонерами та власниками, показники інноваційної активності та якості продукції. Для підприємств харчової промисловості введено показник «частка органічної продукції в загальному обсязі виробництва продукції». Соціальна складова: показники соціальних інвестицій та ефективності витрат на оплату праці, показники найму та розвитку персоналу, показники антикорупційної діяльності. Екологічна складова: показники витрат на охорону навколишнього середовища, екологічні платежі і штрафи за порушення природоохоронного законодавства, показники впливу на навколишнє середовище та показники енергозбереження. За результатами оцінки сформовано рейтинг підприємств Житомирської області у сфері КСВ за визначеними показниками, який співставлено із іншими незалежними рейтингами (таблиця 2).

Таблиця 2

Результати рейтингової оцінки підприємств харчової промисловості Житомирської області

Назва рейтингу	Рейтинг підприємства				
	ПАТ «ЖМЗ»	ПАТ «ЖЗХП»	ТОВ «ОМ»	ТОВ «ЖМК»	ПАТ ПБЗ «Радомишль»
За методикою FinScore*	A	D	B	C	D
За методикою MarketScore*	A	C	A	A	A
За удосконаленою методикою експрес-аналізу стану КСВ підприємства	1 місце (III рівень КСВ)	5 місце (I рівень КСВ)	2 місце (III рівень КСВ)	4 місце (I рівень КСВ)	3 місце (I рівень КСВ)

Результати дослідження за методикою експрес-аналізу стану розвитку КСВ підприємств є підтвердженими, особливо рейтингом за методикою FinScore. Так, ПАТ «Житомирський маслозавод», який за авторським рейтингом зайняв 1 місце, має найвищий показник ділової репутації за FinScore – А (високий рівень); ТОВ «Органік Мілк» (2 місце) – рівень В (добрий рівень); ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат» – рівень С (задовільний рівень); ПАТ «Пиво-безалкогольний завод «Радомишль» та ПАТ «Житомирський комбінат хлібопродуктів» – рівень D (незадовільний). Останні позиції в рейтингу підтверджують недостатню розвиненість КСВ на підприємствах харчової промисловості, участь компаній в розвитку проблем суспільства носить несистемний характер, і в кращому випадку, підприємств, які є більш фінансово стійкими починають здійснювати власні благодійні та соціальні ініціативи. Два підприємства із досліджуваних відносяться до третього рівня розвитку КСВ (ПАТ «Житомирський маслозавод» та ТОВ «Органік Мілк»). А отже, мають перспективи для покращення КСВ та переходу до четвертого рівня КСВ підприємства (рівень стратегічної направленості КСВ та соціальних інвестицій).

Встановлено, що взаємозв'язок інформативних показників експрес-оцінки КСВ підприємства на проміжних етапах та показників нефінансового звіту є важливим в управлінні КСВ діяльністю підприємств. За кожним показником стандартного елементу звітності GRI G4 закріплено показники експрес-оцінки КСВ підприємства. Запропонована система комплаєнс-критеріїв, яка дозволить оцінити підприємства з позицій належності його до підприємств за статусом «соціально відповідальна компанія». Якщо проаналізувати дані моніторингу інформації через сайти підприємств, то результати аналізу показують, що фактично всі підприємства мають певні напрацювання у сфері КСВ, але ця діяльність зводиться до того, що переважна більшість підприємств не проводить системної роботи в сфері КСВ.

Проведене опитування керівників 18 підприємств харчової промисловості, дозволило зробити висновки про реальний стан справ в сфері КСВ та визначити існуючі проблеми та фактори, які стримують розвиток КСВ на підприємствах. Доведено, що рівень розвитку КСВ підприємства має вплив на його ділову репутацію. Оцінку впливу КСВ на ділову репутацію було здійснено з використанням моделі RepTrak – це стандартизована система показників, яка використовується міжнародними компаніями для вимірювання корпоративної репутації. Модель містить сім ключових параметрів (складових репутації): результативність, продукти/послуги, інновації, умови праці, КСВ, лідерство, управління. За результатами проведеного анкетування з використанням коефіцієнта конкордації та критерію узгодженості Пірсона отримано вагові коефіцієнти впливу ключових параметрів на ділову репутацію підприємств: результативність підприємства – 22,15 %; якість продукції (робіт, послуг) – 20,58%; корпоративна соціальна відповідальність – 14,32 %; умови та оплата праці – 12,3%; інновації – 11,4%; менеджмент – 11,2%; лідерство – 8,1%. Разом з тим, за результатами дослідження виявлено, що основою успішної реалізації КСВ є розуміння всього спектру соціальних ініціатив і комплексний підхід.

У третьому розділі «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємств» отримані науково-практичні результати, які спрямовані на розвиток КСВ підприємств.

Доведено, що управління КСВ повинне інтегруватись в систему управління підприємством. Запропоновано ієрархічну схему інтеграції КСВ у систему управління підприємством. Окрім того, визначено, що стратегія соціально відповідальних заходів повинна стати важливою складовою стратегії розвитку підприємств. Механізм управління КСВ підприємства, представлений у вигляді певної послідовності дій (рис. 2).

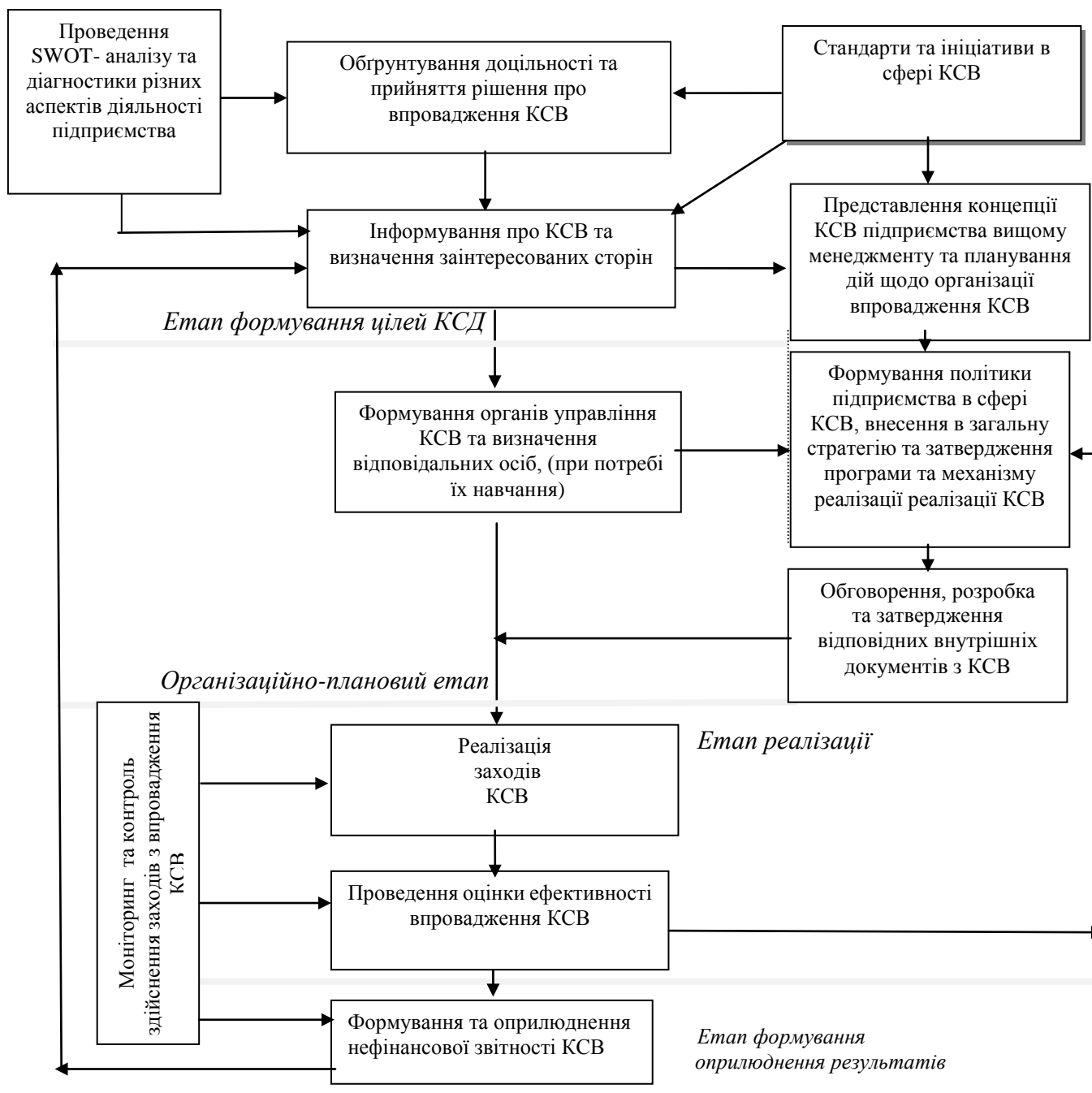


Рис. 2. Механізм реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві

Розглянуті інструменти реалізації КСВ-заходів в основні бізнес-процеси підприємства сприятимуть отриманню позитивних результатів та стійкому розвитку підприємства.

Організація КСВ у системі корпоративного управління може включати в себе такі напрямки:

- проведення інформаційної та роз'яснювальної роботи щодо важливості та мотиваційної складової заходів КСВ та її пріоритетів серед внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів (відповідальними є комітет КСВ, власники, профільні менеджери);

- діяльність у напрямі забезпечення прав акціонерів у сфері управління і контролю соціально-економічних процесів (власники, правління, Рада директорів);

- діяльність інститутів і органів корпоративного управління у частині організації внутрішньої та зовнішньої КСВ, в тому числі впровадження КСВ у бізнес-процеси підприємства (рада директорів, комітет з КСВ, функціональні менеджери);

- діяльність спрямована на узгодження інтересів стейкхолдерів (комітет з КСВ, вищий менеджмент, стейкхолдери) тощо.

Визначені елементи організації КСВ підприємства, процедури, інституції, взаємозв'язок та комунікації між основними елементами.

Розроблені напрями аналізу і оцінки управління корпоративною соціальною відповідальністю. Запропоновано напрями аналізу, які будуть характеризувати рівень КСВ підприємства та за групами стейкхолдерів: політики підприємства щодо своїх працівників, ділової репутації компанії у споживачів, політики підприємства щодо ділових партнерів, політики підприємства щодо акціонерів (власників) й інвесторів, політики підприємства щодо держави і суспільства. При проведенні аналізу стейкхолдерів доцільно використовувати матрицю стейкхолдерів, яка дасть можливість наочно побачити з однієї сторони очікування компанії від стейкхолдерів, а з іншої вимоги від корпорації за основними сформованими групами стейкхолдерів, зазначити чи існує вплив на бізнес та визначити можливі потенційні стратегії для формування діалогу, підтримки та усунення перешкод. В контексті реалізації стейкхолдерського підходу до КСВ важливим є розуміння сутності категорії «стейкхолдерська вартість». Під «стейкхолдерською вартістю» варто розуміти суб'єктивну оцінку стейкхолдером або групою стейкхолдерів цінності (вигоди), отриманої в результаті взаємодії підприємства та стейкхолдера.

Щоб оцінити соціальні інвестиції, здійснювані підприємством, запропоновано використовувати кількісні і якісні індекси соціальних інвестицій. У контексті кількісних індексів варто їх розширити та визначати додатково показник ефективності соціальних інвестицій за доданою вартістю як відношення доданої вартості створеної на підприємстві до суми соціальних інвестицій за визначений період.

Для комплексної оцінки ефективності КСВ підприємства запропоновано використовувати інтегральний показник ефективності КСВ. Методика удосконалена через використання системи якісних та кількісних показників, які запропоновані нами, через визначення коефіцієнту якісних параметрів

ефективності КСВ та коефіцієнту кількісних параметрів ефективності КСВ, з використанням визначених рівнів розвитку КСВ.

Інтегральний показник запропоновано визначати за формулою:

$$III_{КСВ} = K_{КСВ}^{якісн} \cdot K_{КСВ}^{кільк}, \quad (1)$$

де $III_{КСВ}$ – інтегральний показник ефективності КСВ підприємства; $K_{КСВ}^{якісн}$ – коефіцієнт якісних параметрів ефективності КСВ; $K_{КСВ}^{кільк}$ – коефіцієнт кількісних параметрів ефективності КСВ.

Залежно від наявності та відсутності характеристик, які наведено для кожного рівня розвитку КСВ підприємств, встановлюється величина коефіцієнту $K_{КСВ}^{якісн}$ (I рівень – 0,25, II рівень – 0,5, III рівень – 0,75, IV, V – 1,0). П'ятого рівня розвитку КСВ досягають не всі підприємства (ефект синергізму), тому значення коефіцієнта приймаємо за 1.

Коефіцієнт кількісних параметрів ефективності КСВ визначається за формулою:

$$K_{КСВ}^{кільк} = \frac{K_{КСВ}^{внутр} + K_{КСВ}^{зовн}}{2}, \quad (2)$$

де $K_{КСВ}^{внутр}$ – коефіцієнт ефективності внутрішньої соціальної політики; де $K_{КСВ}^{зовн}$ – коефіцієнт ефективності зовнішньої соціальної політики,

$$K_{КСВ}^{внутр} = K_{рент.акт} \cdot a_{рент.акт} + K_{ЗП} \cdot a_{ЗП} + K_{ВВСП} \cdot a_{ВВСП} + K_{ПП} \cdot a_{ПП}, \quad (3)$$

де $K_{рент.акт}$ – коефіцієнт зміни рентабельності активів підприємства; $K_{ЗП}$ – коефіцієнт зміни середньомісячної заробітної плати працівників підприємства; $K_{ВВСП}$ – коефіцієнт зміни витрат на внутрішні соціальні програми; $K_{ПП}$ – коефіцієнт зміни частки чисельності працівників, які пройшли перепідготовку, підвищення кваліфікації, $a_{рент.акт}$, $a_{ЗП}$, $a_{ВВСП}$, $a_{ПП}$, – вагові коефіцієнти, які показують значимість параметру при оцінці ефективності внутрішньої КСВ.

$$K_{КСВ}^{зовн} = K_{ВЗСП} \cdot a_{ВЗСП} + K_{ВЕП} \cdot a_{ВЕП}, \quad (4)$$

де $K_{ВЗСП}$ – коефіцієнт зміни витрат на зовнішні соціальні програми; $K_{ВЕП}$ – коефіцієнт зміни витрат на екологічні програми; $a_{ВЗСП}$, $a_{ВЕП}$ – вагові коефіцієнти які показують значимість кожного параметру при оцінці ефективності КСВ.

Якщо: $0 < III_{КСВ} \leq 0,25$, – підприємство має низький рівень ефективності КСВ, або якщо $III_{КСВ} = 0$, – така діяльність відсутня (початковий I рівень);

$0,25 < III_{КСВ} \leq 0,5$ – підприємство здійснює соціальну політику, але на середньому рівні (II рівень); $0,5 < III_{КСВ} \leq 0,75$ – соціальна політика підприємства має середній рівень соціальної активності (III рівень); $0,75 < III_{КСВ} \leq 1,0$ – підприємство має високий рівень соціальної активності (IV рівень); $III_{КСВ} > 1,0$ – підприємство має високий рівень соціальної активності і така активність має синергетичний ефект, спрямований на підвищення рівня ділової репутації підприємства у зовнішньому середовищі.

Інтегральний показник ефективності КСВ за удосконаленою методикою розрахований на досліджуваних підприємствах Житомирської області, його значення наведені в таблиці 3. За результатами розрахунків визначена система заходів щодо розвитку КСВ підприємств.

Таблиця 3

Інтегральний показник ефективності корпоративної соціальної відповідальності досліджуваних підприємств за 2015-2017 роки*

Назва підприємств	Значення інтегрального показника за роками		
	2015	2016	2017
ПАТ «Житомирський маслозавод»	0,83	0,74	0,80
ПАТ «Житомирський комбінат хлібопродуктів»	0,20	0,23	0,24
ТОВ «Органік Мілк»	0,68	0,79	0,77
ТОВ «Житомирський м'ясокомбінат»	0,23	0,26	0,46
ПАТ «Пиво-безалкогольний завод «Радомишль»	0,21	0,31	0,28

Державно-приватне партнерство (ДПП) є взаємовигідною тривалою співпрацею між державою і приватними компаніями, засноване на поділі ризиків для задоволення суспільно значущих потреб. Це якісно нова система економічних відносин на основі зміни системи відносин власності і формування спільного економічного, соціального та екологічного результату для держави, бізнесу та суспільства в цілому. Визначено, що ДПП є ефективним, якщо механізм такої взаємодії налагоджений та вигоди учасників відповідають цілям їх діяльності. Встановлено, що основними етапами розвитку ДПП є: визначення та оцінка можливих варіантів ДПП; підготовка до реалізації робіт або проекту; вибір учасників, партнерів; переговори і підписання відповідної документації; реалізація заходів, моніторинг та оцінка результатів. Визначений зміст етапів та інтереси сторін-учасників. Розглянутий зарубіжний досвід реалізації проектів ДПП та проаналізована можливість його адаптації в Україні.

ВИСНОВКИ

Одержані в дисертації результати в сукупності вирішують науково-практичне завдання, яке полягає в обґрунтуванні нових та поглибленні існуючих теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо розвитку КСВ підприємств. За результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Узагальнення генезису концепції КСВ дозволило визначити основні етапи її розвитку та сформувані основні теоретичні положення кожного етапу та визначити основний внесок у формування сучасної теорії КСВ, визначити сутність КСВ. Сучасний період розвитку концепції КСВ характеризується інтегрованим поєднанням теорій «стейкхолдерського підходу», «корпоративної стійкості» та «сталого розвитку». З позицій структурного підходу до концепції КСВ, встановлено, що соціальна відповідальність компанії повинна включати такі структурні компоненти: соціальне сприйняття, соціальна діяльність, соціальне реагування, соціальне зобов'язання.

2. Дослідження спеціальних ініціатив і стандартів з КСВ міжнародного рівня дозволило зробити висновок, про те, що вони можуть стати базовими правилами здійснення соціально відповідальної діяльності вітчизняними підприємствами, формування таких документів на загальнодержавному та корпоративному рівнях, основою регулювання взаємовідносини в даній сфері. Доведена необхідність прийняття Національної стратегії корпоративної соціальної відповідальності, імплементації основних її положень в Стратегію соціально-економічного розвитку держави, регіональні стратегії, галузеві стратегії, використовуватись при розробці корпоративних кодексів, стратегій КСВ суб'єктів господарювання тощо. Проведений аналіз існуючих зарубіжних моделей КСВ та визначені особливості їх адаптації в практику діяльності українських підприємств.

3. За результатами проведених досліджень встановлено, що найчастіше використовують більш укрупнений підхід до визначення форм реалізації КСВ, виділяючи два основних вектори розвитку соціально відповідальної діяльності: внутрішній та зовнішній. Цей поділ необхідний для розуміння системності та комплексності КСВ, підвищення ефективності реалізації заходів КСВ, контролю за їх реалізацією, а також вчасного коригування реалізуємої компанією моделі взаємодії із заінтересованими сторонами. Визначено основні напрями реалізації внутрішньої та зовнішньої форм соціальної відповідальності за перспективами, що дасть можливість включити заходи КСВ в стратегію діяльності, враховувати при формування стратегічних карт розвитку, здійснювати контроль за їх реалізацією, оцінювати рівень розвитку КСВ.

4. Визначена залежність рівня розвитку КСВ від етапу життєвого циклу підприємства. Обґрунтовано п'ять рівнів розвитку КСВ підприємства, що дасть можливість на кожному з етапів розвитку підприємства оцінити рівень соціальної відповідальності підприємства залежно від наявності та відсутності характеристик, які наведено для кожного рівня розвитку КСВ підприємств, визначити ефективність КСВ та оцінювати вплив на ділову репутацію підприємства та його конкурентоспроможність.

5. Результати аналізу діяльності підприємств харчової промисловості свідчать, що динаміка їх основних економічних показників в цілому за період з 2011-2016 роки має негативну тенденцію, що відображається і на здійсненні їх соціальної діяльності, на рівні розвитку КСВ. Встановлено проблеми, які гальмують реалізацію принципів КСВ на підприємствах і визначені можливі шляхи їх вирішення.

6. Удосконалена система показників для проведення експрес-аналізу КСВ. Система показників формується за складовими: економічна, соціальна, екологічна. Кожна із цих складових має свої групи показників. За результатами оцінки сформовано рейтинг підприємств Житомирської області у сфері КСВ за визначеними показниками. Визначено рівні розвитку КСВ досліджуваних підприємств.

7. Встановлено, що взаємозв'язок інформативних показників експрес-оцінки КСВ підприємства на проміжних етапах та показників нефінансового звіту є важливим в управлінні КСВ діяльністю підприємств. Запропонована система комплаєнс-критеріїв дозволить оцінити підприємства з позицій належності його до підприємств за статусом «соціально відповідальна компанія», бо мінімально буде відповідати встановленим вимогам, які базуються на основних міжнародних і вітчизняних положеннях та стандартах в цій сфері.

8. Проведене опитування керівників 18 підприємств харчової промисловості, дозволило зробити висновки про реальний стан справ в сфері КСВ та визначити існуючі проблеми та фактори, які на думку керівників підприємств стримують розвиток КСВ на підприємствах. До таких вони віднесли: відсутність вітчизняного законодавства, зокрема Національної стратегії корпоративної соціальної відповідальності в Україні, відсутність державної підтримки розвитку КСВ та системи стимулювання, достатнього рівня сприйняття важливості КСВ менеджментом підприємств і обмеженість фінансових ресурсів підприємств.

9. Як з теоретичної так і з практичної точки зору доведено, що рівень розвитку КСВ підприємства має вплив на його ділову репутацію. З використанням моделі RepTrak, в основу якої покладено 7 ключових параметрів (складових репутації) - результативність, продукти/послуги, інновації, умови праці, корпоративна соціальна відповідальність, лідерство, управління встановлено вагові коефіцієнти впливу ключових параметрів на ділову репутацію підприємств харчової промисловості. Серед них КСВ відповідає 14,32%. Це після результативності та якості продукції. Разом з тим, за результатами дослідження виявлено, що основою успішної реалізації КСВ є розуміння всього спектру соціальних ініціатив і комплексний підхід.

10. Доведено, що управління КСВ повинне інтегруватись в систему управління підприємством. Запропоновано ієрархічну схему інтеграції управління КСВ в систему управління підприємством. Удосконалений механізм управління КСВ підприємства, який представлений у вигляді певної послідовності дій, впровадження інструментів інтеграції принципів КСВ в бізнес-процеси підприємства. Визначені напрями організації КСВ в системі корпоративного управління, базові елементи організації КСВ підприємства, процедури, інституції, взаємозв'язок та комунікації між основними елементами.

11. Удосконалено поняття стейкхолдерської вартості. Під стейкхолдерською вартістю розуміють суб'єктивну оцінку стейкхолдером або групою стейкхолдерів цінності, отриманої в результаті однієї або декількох видів діяльності бізнесу. Стейкхолдерська вартість для кожної заінтересованої сторони є ключовим результатом взаємодії компанії та стейкхолдера. Виділено напрями аналізу, які

будуть характеризувати рівень КСВ підприємства за групами стейкхолдерів: політики підприємства щодо своїх працівників, ділової репутації компанії у споживачів, політики підприємства щодо ділових партнерів, політики підприємства щодо акціонерів (власників) і інвесторів, політики підприємства щодо держави і суспільства. Щоб оцінити розмір та ефективність соціальних інвестицій, здійснюваних підприємством, запропоновано використовувати кількісні і якісні індекси соціальних інвестицій. В контексті кількісних індексів пропонується їх розширити та визначати додатково показник ефективності соціальних інвестицій за доданою вартістю.

12. Для комплексної оцінки ефективності КСВ підприємства запропоновано використовувати інтегральний показник ефективності КСВ. Методика удосконалена через використання системи якісних та кількісних показників, які запропоновані автором через визначення коефіцієнту якісних параметрів ефективності КСВ та коефіцієнту кількісних параметрів ефективності КСВ. Визначені значення інтегрального показника ефективності КСВ за рівнями розвитку КСВ та встановлені можливості розвитку КСВ підприємств виходячи із величини показника та фактичного рівня.

13. Доведена важливість розвитку державно-приватного партнерства в Україні. Визначено основні п'ять етапів розвитку ДПП, визначені інтереси заінтересованих сторін-учасників. Розглянутий зарубіжний досвід реалізації проектів ДПП та проаналізована можливість його адаптації в Україні.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1.1. Монографії:

1. Лагута Я.М. Корпоративна соціальна відповідальність: поняття та генезис // *Управління підприємствами в умовах трансформації економіки: колективна монографія* / за заг. ред. д.е.н., проф. Тарасюк Г.М. Житомир: ЖДТУ, 2015. 468 с. С. 349-357. (0,6 друк. арк).

2. Лагута Я.М. Стандарти та ініціативи корпоративної соціальної відповідальності // *Менеджмент суб'єктів господарювання в умовах міжнародної інтеграції: колективна монографія* / Під заг. ред. проф. Тарасюк Г.М. Житомир: ЖДТУ, 2016. 448 с. С. 406-415. (0,6 друк. арк).

1.2. Статі у наукових фахових виданнях України, у виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз даних, та в наукових періодичних виданнях іноземних держав:

3. Лагута Я.М., Ковальчук О.А. Удосконалення системи обслуговування споживачів підприємства // *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Економічні науки. Житомир: ЖДТУ, 2015. №4 (74). С. 130-138. (0,6 друк. арк., особистий внесок автора 0,4 друк. арк., розкрито основні завдання соціальної політики в частині адаптації соціальної сфери до ринкових умов

господарювання, визначено основні особливості формування системи сервісного обслуговування та удосконалення організації праці персоналу в контексті КСВ).

4. Лагута Я.М. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємств: основні теоретичні та практичні аспекти // *Електронний фаховий журнал «Східна Європа: економіка, бізнес та управління»*. ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури». Випуск 3 (08), 2017. 372 с. С. 153-157. Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/8_2017/29.pdf. (0,35 друк. арк).

5. Лагута Я.М., Михайленко Н.В. Стан та перспективи розвитку ринку органічної продукції в контексті соціальної відповідальності бізнесу // *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»*. Одеса, 2017 р. Випуск 18. 220 с. С. 79-82. (0,3 друк. арк., особистий внесок автора 0,2 друк. арк., визначено проблеми, які вимагають вирішення для успішного функціонування ринку органічної продукції, розглянуті основні міжнародні стандарти якості продукції, визначена роль якості продукції в підвищенні соціальної відповідальності підприємства).

6. Лагута Я.М. Корпоративна соціальна відповідальність як один із ключових інструментів успішного ведення бізнесу // *Збірка наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва»*. Харків: ХНАДУ, 2016. №4(15). 104 с. С. 57-62. (0,45 друк. арк) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща)**).

7. Тарасюк Г.М. Лагута Я.М. Організаційні аспекти планування корпоративної соціальної відповідальності // *Вісник Хмельницького національного університету*. м. Хмельницький, 2017 р. Випуск №4(250). 286 с. С. 35-38. (0,35 друк. арк., особистий внесок автора 0,2 друк. арк., запропоновані основні етапи корпоративної соціальної відповідальності, інституційне забезпечення та основні інструменти планування) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), Google Scholar (США)**).

8. Лагута Я.М. Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: «Економіка і менеджмент», 2017 р. 174 с. С.130-133. (0,25 друк. арк) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща)**).

9. Лагута Я.М. Методичні підходи до експрес-оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства // *Науковий журнал «Молодий вчений»*. №12 (52) грудень 2017 р. С. 694-698. Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/ua/archive/52/>. (0,35 друк. арк) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: РИНЦ, ScholarGoogle, ОАІ, CiteFactor, Research Bible, Index Copernicus (Польща)**).

2. Опубліковані праці апробаційного характеру

10. Лагута Я.М. Корпоративна соціальна відповідальність як активний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства // *Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики:*

особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі: *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів, (17-19 грудня 2015 року)*. Житомир: ЖДТУ, 2015. 228 с. С. 25-27. (0,15 друк. арк).

11. Лагута Я.М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємств в сучасних умовах // *Матеріали XII Міжнарод. наук.-практ. конф., присвяченої 85-річчю від дня народження д.е.н., проф. Чепурнова І.А., (м. Київ, 26-27 травня 2016 р.)* К.: НУХТ, 2016. 226 с. С. 25-27. (0,15 друк. арк).

12. Лагута Я.М. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні сталого розвитку організації в умовах глобалізації // *Виробничий менеджмент: історія і сьогодення: матеріали круглого столу з нагоди 100-річчя виходу праці Анрі Файоля «Загальне в промислове управління» (1916 р.)*, 25 листопада 2016 р., м. Київ. К., 2016. 150 с. С. 65-66. Режим доступу: <http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/24152/1/> (0,1 друк. арк).

13. Лагута Я.М. Сутність та особливості корпоративної соціальної відповідальності в забезпеченні сталого розвитку підприємств // *Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу та логістики: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі: зб. матер. I Міжнар. науково-практ. on-line конф., (м. Житомир, 14-16 грудня 2016 р.)*. Житомир: ЖДТУ, 2016. 235 с. С. 36-38. Режим доступу: <http://km.blog.ztu.edu.ua/files/2016/12/zbirnyk-tez-2016.pdf>. (0,15 друк. арк).

14. Скопенко Н.С., Лагута Я.М. Соціальна відповідальність та етика при прийнятті стратегічних рішень // *Сучасні інструменти реалізації практичного менеджменту, маркетингу, логістики та туризму: особливості застосування в глобальному конкурентному середовищі: зб. матер. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, (м. Житомир, 20-22 квітня 2017 р.)*. Житомир: ЖДТУ, 2017. 235 с. С. 53-55. Режим доступу: <http://km.blog.ztu.edu.ua/files/2016/12/zbirnyk-tez-2016.pdf>. (0,15 друк. арк, особисто автора 0,10 друк. арк., визначена роль КСВ при прийнятті управлінських рішень).

15. Лагута Я.М. Проблеми впровадження принципів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності підприємств // *Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Полтава, 11-12 травня 2017 р.)*. Полтава: Видавництво «Сімон», 2017. 373 с. С. 56-58. (0,15 друк. арк).

16. Лагута Я.М. Роль соціально-відповідального маркетингу в розвитку продуктового ринку // *Маркетингове забезпечення продовольчого ринку: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Полтава, 28 квітня 2017 р.)*. Полтава: ПДАА, 2017. 179 с. С. 81-82 (0,1 друк. арк).

17. Лагута Я.М. Розвиток зовнішньої корпоративної соціальної відповідальності компаній // *Актуальні проблеми економіки та менеджменту: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Запоріжжя, 19-20 травня 2017 р.)* / Східноукраїнський інститут економіки та управління. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2017. У 2-х частинах. Ч. 1. 128 с. С. 91-94. (0,15 друк. арк).

18. Лагута Я.М. Деякі підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності в умовах сталого розвитку // *Інклюзивний розвиток національної економіки: глобальні тенденції, можливості України та роль агропродовольчого сектору: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф.*, (м. Київ, 9 листопада 2017 р.). К., 2017. 311 с. С. 63-64. Режим доступу: http://nubip.edu.ua/sites/default/files/u282/materiali_konferenciyi_20171109_ev.pdf. (0,15 друк. арк.).

19. Лагута Я.М., Скопенко Н.С. Основні етапи формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств // *Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної on-line конференції молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів*, (м. Житомир, 21-23 грудня 2017 року). Житомир: ЖДТУ, 2017. 319 с. С. 40-42. Режим доступу: <http://km.blog.ztu.edu.ua/files/2016/12/zbirnyk-tez-2016.pdf>. (0,15 друк. арк., особисто автору належить 0,1 друк. арк., визначені основні етапи формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств).

АНОТАЦІЯ

Лагута Я.М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємств. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України. – Тернопіль, 2018.

У роботі обґрунтовані нові та поглиблені існуючі теоретико-методичні положення та практичні рекомендації щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності підприємств (КСВ). Визначені еволюційні етапи становлення та розвитку концепції КСВ, визначена сутність КСВ. Удосконалено теоретико-методичний підхід до визначення рівня розвитку КСВ підприємства залежно від життєвого циклу підприємства та здійснюваних КСВ-заходів. Досліджені існуючі стандарти та ініціативи в сфері КСВ, розроблені пропозиції щодо їх реалізації та удосконалення, визначені можливості адаптації зарубіжних моделей КСВ у вітчизняну практику.

Удосконалено методичний підхід до проведення експрес-оцінки КСВ підприємства. Удосконалено механізм управління КСВ. Удосконалено методику визначення інтегрального показника ефективності КСВ, який розраховується з використання системи якісних та кількісних параметрів оцінки КСВ, які на відміну від існуючих враховують показники внутрішньої та зовнішньої форми КСВ. Значення інтегрального показника дає можливість визначити рівень розвитку КСВ підприємства. Доведена важливість розвитку державно-приватного партнерства в Україні.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, підприємство, стейкхолдери, розвиток, соціальна діяльність, сталий розвиток, ділова репутація, стандарти КСВ, практики КСВ, система управління.

ANNOTATION

Laguta Ya.M. Development of corporate social responsibility of enterprises. – Qualification research paper as manuscript.

The thesis submitted for the Candidate's degree in Economic Sciences, specialty 08.00.04 – Economics and Enterprise Management (by types of economic activity). – Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ministry of Education and Science of Ukraine. – Ternopil, 2018.

In the thesis have been substantiated new and advanced existing theoretical and methodological provisions and practical recommendations for the development of corporate social responsibility of enterprises (CSR). The evolutionary stages of formation and development of the CSR concept and the essence of CSR are defined.

There has been improved the theoretical and methodical approach to determining the development level of CSR of the enterprise depending on its life cycle and implemented CSR-measures.

In the paper have been also developed: the existing standards and initiatives in the sphere of CSR; proposals on their implementation and improvement; the possibilities of adaptation of foreign models of CSR to the Ukrainian practice.

Other scientific research results are as follows: have been improved the methodical approach to conducting an express CSR evaluation of the enterprise and the CSR management mechanism; has been improved the method for determining the integral indicator of CSR efficiency, which is calculated using the system of qualitative and quantitative parameters of CSR assessment, which, in contrast to existing ones, takes into account the internal and external forms of CSR. The value of the integral indicator makes it possible to determine the level of CSR development of the enterprise. The thesis highlights the importance of developing public-private partnership in Ukraine.

Key words: *corporate social responsibility, enterprise, stakeholders, development, social activity, sustainable development, business reputation, CSR standards, CSR practices, management system.*

АННОТАЦИЯ

Лагута Я.Н. Развитие корпоративной социальной ответственности предприятий. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

В работе обоснованы новые и усовершенствованы существующие теоретико-методические положения и практические рекомендации по развитию корпоративной социальной ответственности (КСО) предприятий. Определены эволюционные этапы становления и развития концепции КСО, определена сущность КСО. Предложен механизм управления корпоративной социальной ответственностью, который является процессом, он базируется на применении основных функций менеджмента в КСО: планирования, организации, мотивации и контроля, включает следующие основные этапы: формирование целей корпоративной социальной деятельности, организационно-плановый этап реализации этап формирования и обнародования результатов КСД, охватывает все уровни управления, реализуется в основных бизнес-процессах и способствует комплексному внедрению принципов КСО в деятельность предприятия.

Усовершенствован теоретико-методический подход к определению уровня развития КСО предприятия в зависимости от жизненного цикла предприятия и осуществляемых КСО-мероприятий, в частности предложено пять уровней развития: первый (базовый уровень ответственности с законодательно установленными обязательствами), второй (дополнительно к первому уровню активная благотворительная и / или спонсорская деятельность), третий уровень (высокий уровень ответственности предприятия перед внутренними и внешними стейкхолдерами, в том числе по обязательствам свыше законодательно установленных, четвертый уровень (уровень стратегической направленности КСО и социальных инвестиций), пятый уровень (уровень эффекта синергизма КСО).

Усовершенствован методический подход к проведению экспресс-оценки КСО предприятия в части формирования системы качественных и количественных показателей, в отличие от существующих дополнительно включает предложенные автором показатели: финансовой устойчивости предприятия и показатели ответственности перед акционерами и владельцами, показатели инновационной активности и качества показатели антикоррупционной деятельности, показатели энергосбережения.

Усовершенствована методика определения интегрального показателя эффективности КСО, который рассчитывается с использованием системы качественных и количественных параметров оценки КСО, которые в отличие от существующих учитывают показатели внутренней и внешней формы КСО. Значение интегрального показателя дает возможность определить уровень развития КСО предприятия.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предприятие, стейкхолдеры, развитие, социальная деятельность, устойчивое развитие, деловая репутация, стандарты КСО, практики КСО, система управления.