

УДК 316.342.4:330.33.012

Характеристика та аналіз структурних елементів соціальної відповідальності бізнесу

Ю.С. БІЛОНОГ

Київський національний університет ім.Т.Шевченка, м. Київ, Україна,
E-mail: yuliyabilonog@yandex.ru

Авторське резюме

У статті акцентовано увагу на необхідності оцінки стану соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Структуровано матеріал стосовно елементів та принципів корпоративної соціальної відповідальності. На основі чого розроблено пропозиції щодо уніфікації кількісних елементів соціальної відповідальності бізнесу, за якими можна проводити аналіз нефінансової звітності. Запропоновано використовувати не тільки кількісні методики аналізу інформації, але й звертатися до якісних. В результаті чого аналіз соціальних звітів буде більш результативним та мінімізує суб'єктивність дослідника чи представників компанії, які відповідають за представлення інформації широкій громадськості. Розглянуто базові принципи, за якими компанії можуть реалізовувати свою стратегію з корпоративної соціальної відповідальності. Завдяки емпіричному аналізу корпоративних звітів доведена доцільність використання зазначених елементів. Більш детально проаналізовано звіти компаній виробничого та невиробничого сектору та визначено особливості відображення інформації про корпоративну соціальну відповідальність. Акцентовано увагу на необхідності проведення моніторингових досліджень у сфері корпоративної соціальної звітності. Зроблено висновок, що, завдяки уніфікації підходів до визначення критеріїв соціальної відповідальності дослідники можуть отримати більш повну інформацію, а отже, точніше розуміти стан реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність, нефінансова звітність, звітність зі сталого розвитку, складові елементи корпоративної соціальної відповідальності, принципи соціальної відповідальності.

Characteristic and analysis of structural elements of corporate social responsibility

JU.S. BILONOG

T. Shevchenko national university of Kyiv, Kyiv, Ukraine, E-mail: yuliyabilonog@yandex.ru

Abstract

In this article attention is focused on social responsibility of business and on necessity to estimate its condition in Ukraine. Materials regarding elements and the principles of corporate social responsibility are structured. On this basis unification of quantitative elements of business social responsibility is offered according to which it is possible to carry out the analysis of the non-financial reporting. It is proposed to use not only quantitative techniques of data analysis but also refer to the qualitative ones. As a result of this, the analysis of social reports will be more productive and would minimize subjectivity of the researcher or representatives of the company which are responsible for presenting the information to the general public. The basic principles by which the companies can realize the strategy of corporate social responsibility are considered. Due to the empirical analysis of corporate reports expediency to use specified elements is proved. Reports of the companies in producing and non-productive sector are analyzed in more detail; features of displaying information on corporate social responsibility are defined. The attention to need of carrying out monitoring researches in the sphere of the corporate social reporting is updated.

Key words: social responsibility, corporate social responsibility, social accountability, sustainability reporting, reporting on sustainable development, the constituent elements of corporate social responsibility, social responsibility principles.

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність увійшла в управлінську практику українських компаній, у першу чергу передбачаючи нагальну необхідність у соціальному забезпеченні працівників та надання допомоги місцевим органам влади на професійній та спонсорській основі. Це стало свого роду катализатором, завдяки якому з кожним роком кількість компаній, що реалізують корпоративну соціальну відповідальність, зростає, а різні аспекти її реалізації стають більш розвинутими та соціально значущими. Одним з

основних індикаторів ефективності проведення соціально відповідальних заходів є нефінансова звітність.

У національній нефінансовій звітності на даний час переважає описовість, тобто надання загальної інформації без зазначення кількісних та якісних показників, які б вимірювали результативність інвестицій у людський капітал та вплив від реалізації цих заходів. Без кількісних показників неможливо дати достовірну оцінку діяльності компанії та оцінку її зусиль щодо інвестування в знання, уміння

працівників. Показники, що надаються у звітах, переважно є вибірковими й несистемними, найчастіше вони відображаються без кількісного звітування, а отже, потенційні споживачі нефінансових звітів не можуть розраховувати на отримання інформації в повному обсязі, що приводить до зниження суспільної цінності даного типу звітів. Отже, постає проблема у виборі серед множини критеріїв оцінки звітності тих, які в уніфікованій формі здатні відображати соціально значущу, комплексну інформацію щодо відповідальності діяльності компанії.

Аналіз досліджень і публікацій. Особливості функціонування та типи соціальної відповідальності бізнесу досліджували А. Керол, К. Хоманн, Т. Алексина, В. Макеєва, В. Назаров та інші. Над виокремленням показників та елементів корпоративної соціальної відповідальності працюють О. Іванова, Ю. Бегма, О. Вінніков, О. Редько, О. Солодуха, І. Савченко та ін. В роботах цих учених досить комплексно представлені різні аспекти аналізу соціальної відповідальності, однак вони названо у вигляді дещо несистематизованого та суб'єктивного наукового знання. Отже, простежується необхідність у систематизації елементів соціальної відповідальності та розробки уніфікованого переліку критеріїв оцінки соціальних звітів компаній.

Мета дослідження – з огляду на суб'єктивне та вибіркоче відображення інформації про корпоративну соціальну відповідальність розробити пропозиції щодо уніфікованих, кількісних елементів корпоративної соціальної відповідальності, які набудуть базового значення для ефективного аналізу нефінансової звітності.

Виклад основного матеріалу. Структурні складові соціальної відповідальності постають досить поширеним об'єктом рефлексії соціологів, економістів та юристів, що віддзеркалюється в яскравій палітрі наукових поглядів щодо дослідження цього явища. Отже, доцільним видається розгляд найбільш вагомих підходів до вивчення даного типу відповідальності.

Згідно з позицією А. Керола, корпоративна соціальна відповідальність є багаторівневою та складається з економічної, правової, етичної та філантропічної (дискреційної) відповідальності компанії [9]. Корпорація повинна прагнути дотримуватись усіх складових запропонованої моделі, щоб реалізувати свою корпоративну громадську роль. Економічна відповідальність є основною метою та відповідальністю фірми, тобто заробляти достатній прибуток на власний акціонерний капітал, надавати продукцію, що корелює ціну-якість, створювати нові робочі місця, заохочувати інновації. Таким чином, будь-яку організацію, що реалізує економічну відповідальність перед суспільством, можна назвати соціально відповідальною, проте, на думку А. Керола, діяльність компаній необхід-

но оцінювати не лише за економічними показниками, але й за неекономічними критеріями. Правова відповідальність визначається у законслухняності бізнесу та фіксації його діяльності в нормах права. Етична відповідальність визначає дозволені межі поведінки компанії, дотримання яких хоч і не закріплено на законодавчому рівні, проте суспільство очікує такої поведінки у відповідності з усталеними соціокультурними нормами та сподіваннями, тобто організація має бути моральною, чесною, справедливою, поважати права людей, запобігати нанесенню шкоди іншим. Філантропічна (дискреційна) відповідальність спонукає фірму до дій, спрямованих на підтримку та розвиток добробуту суспільства шляхом добровільної участі в реалізації соціальних програм. А. Керол зазначає, що всі чотири види соціальної відповідальності мають реалізовуватися поступово, базою стають економічна та правова відповідальність, а вже потім переходять до реалізації етичної та філантропічної відповідальності.

Показники дієвості соціально відповідального бізнесу та його структурні елементи знаходять відображення у працях І. Савченко [7], О. Іванової [4], Ю. Бегми [1] та ін. На основі проведеного аналізу даних досліджень виникла можливість умовно поділити всю представлену інформацію стосовно аспектів корпоративної соціальної відповідальності на чотири блоки: 1) показники, що регулюються законодавством, 2) робота з персоналом, 3) взаємодія зі стейкхолдерами, 4) навколишнє середовище. До першого блоку ми відносимо: сплату податків, дотримання міжнародних та національних стандартів у сфері діяльності організації, виготовлення якісної продукції (послуг), охорона навколишнього середовища. Другий блок – освітні програми для персоналу, нефінансові заохочення, програми з охорони здоров'я. До третього блоку можна віднести взаємодію із владою, споживачами, місцевою громадою, ЗМІ, благодійні та спонсорські проекти. Четвертий блок включає соціально-економічний та культурний розвиток регіону.

Описані вище варіанти складових корпоративної соціальної відповідальності, за якими можна проводити оцінку діяльності компанії, передбачають проведення кількісного аналізу. На нашу думку, необхідно розглядати можливість проведення якісного аналізу інформації, наприклад, спираючись на методіку оцінки матеріалів, запроповану К. Вайс [3]: приділення уваги часовому відрізьку, за який представлено звіт, опису виду та умов діяльності, аналіз інтерпретації матеріалу самими авторами; порівняння з метою визначення, наскільки точно подана інформація відповідає реальній діяльності компанії; визначення поліпшення чи погіршення становища зацікавлених сто-

рін (працівників, акціонерів, громадськість та інші) порівняно з минулим звітним періодом; частота проведення програм; аналіз програм за напрямками: соціальні, екологічні, з розвитку інфраструктури, порівняння з минулим звітним періодом; співпраця із зацікавленими сторонами, чи вважають вони реалізовані програми корисними; визначення характерних рис програм, відображених у нефінансовому звіті, котрі зумовлюють її успіх; аналіз подальшого плану реалізації програм та проєктів компанією, котрий відображений у документі; підведення підсумків оцінки соціального звіту, надання рекомендацій компанії стосовно реалізації програм та проєктів, взаємодії із зацікавленими сторонами та розробки подальшої стратегії реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, проведення кількісно-якісного аналізу інформації про корпоративну соціальну відповідальність буде більш результативним та мінімізує суб'єктивність дослідника чи представників компанії, які відповідають за представлення інформації широкій громадськості. У наступній частині нашої роботи розглянемо принципи корпоративної соціальної відповідальності для більш чіткого розуміння, на що спирається організація при реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Базовими принципами КСВ, на яких має будуватися відповідна стратегія компанії, є такі: підзвітність, прозорість, етична поведінка, повага інтересів зацікавлених сторін, дотримання верховенства права, дотримання міжнародних норм поведінки, дотримання прав людини [5].

Таким чином, у міжнародних документах прописані базові принципи з впровадження, реалізації корпоративної соціальної відповідальності, котрі організація може розширювати, але для успішної реалізації своєї стратегії повинна дотримуватися. Діяльність з корпоративної соціальної відповідальності має добровільний характер, оскільки не закріплена на законодавчому рівні. Представники великого та середнього бізнесу усвідомлюють, що бути соціально відповідальним вигідно для їх діяльності.

Для сучасного бізнесу характерна підвищена увага до питань соціальної відповідальності і корпоративної етики. Для реалізації моделі корпоративної соціальної відповідальності компанія розробляє та впроваджує в життя програми соціально відповідальні ініціативи безпосередньо у сфері економічної діяльності, а також природоохоронній та соціальній сферах [6, с. 52].

Реалізовані компанією елементи та принципи корпоративної соціальної відповідальності мають відображення в нефінансових звітах (соціальних звітах, звітах зі сталого розвитку), а також на корпоративних сайтах організацій. Нефінансова звітність є інструментом со-

ціальної відповідальності бізнесу. Розглянемо динаміку відображення складових елементів корпоративної соціальної відповідальності в соціальних звітах великих українських компаній.

Для порівняння були відібрані звіти за 2010-2014 рр. (у залежності від частоти підготовки компаніями нефінансової звітності), зокрема, документація таких організацій: ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», СКМ, Метінвест, Інтерпайп, Воля, Ернст енд Янг, Київстар, Оболонь, Фокстрот. Компанії Life, Clever group, NSI Pickard, BiDi груп хоча і представляли свої звіти у 2010 році, у подальшому припинили випуск соціальних звітів, отже, ми не можемо брати їх для порівняльного аналізу. Всі нефінансові звіти були представлені у вільному доступі на офіційних сайтах компаній. Для порівняльного аналізу реалізації елементів корпоративної соціальної відповідальності необхідно розподілити компанії за сферами діяльності: виробнича (ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», СКМ, Метінвест, Інтерпайп, Оболонь) та невиробнича (Воля, Ернст енд Янг, Київстар, Фокстрот).

Проаналізувавши загальну структуру представлених соціальних звітів, можна зробити висновок, що компанії продовжують працювати над удосконаленням своєї композиції представлення інформації. Усі компанії відобразили чотири складові елементи нефінансового звіту: надання загальних відомостей про компанію, звернення керівництва, основна частина звіту, яка, у свою чергу, включає в себе низку блоків інформації, заключна частина звіту, яка включає в себе зведені таблиці основних показників за рік і плани подальшого розвитку.

Як було запропоновано у попередніх доробках [2], основну частину нефінансового звіту ми будемо аналізувати наступними блоками: екологія, освіта, соціальний захист/забезпечення, соціально-економічний розвиток регіону, допомога людям із проблемних соціальних груп, взаємодія зі стейкхолдерами, боротьба з корупцією, формування культури ділової поведінки, благодійність, волонтерський рух, спорт.

Порівняльний аналіз нефінансових звітів (табл. 1) показав, що кожна компанія на перше місце ставить вигідні для неї елементи корпоративної соціальної відповідальності, тим самим зменшуючи обсяг інформації про мало-реалізовані складові КСВ. Особливістю звітів виробничих компаній є: включення допомоги людям з проблемних соціальних груп, чого у попередніх звітах майже не відображалося; відмова від представлення такого напрямку, як «спорт», хоча раніше він відображався в усіх звітах; нефінансові звіти скоротилися за обсягом та стали більш ілюстративними (використання схем, таблиць, діаграм, ілюстрацій, фото).

Таким чином, на сьогоднішній день виробничі компанії висвітлюють майже всі складові елементи корпоративної соціальної відповідальності, окрім спорту. Хоча поза полем зору компаній ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», Інтерпайп знаходиться така складова, як культурний розвиток регіону. Отже, великі виробничі організації у підготовці нефінансової звітності обрали для себе стратегію першочергового відображення інформації про екологію, освіту,

соціальний захист/забезпечення, соціально-економічний розвиток регіону, взаємодію зі стейкхолдерами. На другому місці за насиченістю інформації можна відзначити допомогу людям із проблемних соціальних груп, боротьбу з корупцією, формування культури ділової поведінки, благодійність та волонтерство. Серед звітів виробничих компаній необхідно виділити звіт Метінвесту, оскільки він включає в себе ще й анкету зворотного зв'язку, яка

Таблиця 1.

Аналіз соціальних звітів за напрямками діяльності компаній

Компанії	Рік	Екологія	Освіта	Соціальний захист / забезпечення	Соціально-економічний розвиток регіону	Культурний розвиток регіону	Допомога людям з проблемних соціальних груп	Взаємодія зі стейкхолдерами	Боротьба з корупцією	Формування культури ділової поведінки	Благодійництво	Волонтерський рух	Спорт
ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг»	2010	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-
Метінвест	2010	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-
СКМ	2010	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Інтерпайп	2010	+	+	+	+	-	+	-	+	+	-	-	+
	2014	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	-
Воля	2010	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+
Ернст енд Янг	2010	+	+	+	-	-	+	+	-	-	+	+	+
	2014	+	+	+	-	-	+	+	-	+	+	+	+
Київстар	2010	+	+	+	-	-	+	-	-	-	+	+	+
	2014	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	+	+
Life	2010	+	+	+	-	-	+	+	-	+	+	+	+
	2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Оболонь	2010	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+
Clever group	2010	+	+	+	-	-	+	-	+	+	-	+	-
	2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NSI Pickard	2010	+	+	+	-	-	+	-	+	+	-	-	-
	2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ViDi Групи	2010	+	+	+	+	+	+	-	-	+	-	-	-
	2014	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Фокстрот	2010	+	+	+	-	-	+	-	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	-	-	+	-	+	-	+	+	+

спрямована на покращення змісту та структури нефінансового звіту.

Проаналізувавши нефінансові звіти невинробничих компаній, варто зазначити, що увага приділяється скоріше зовнішнім аспектам взаємодії та розвитку, вірогідно це пов'язано зі специфікою діяльності компаній, а також бажанням закріпитися на ринку послуг і створити собі позитивний імідж в очах споживачів. У якості особливостей соціальних звітів можна назвати: документи, порівняно з минулими роками, стали потроху збільшуватися обсягом, вмщуючи в себе більше інформації; відсутність великих затратних проектів, які мають місце у виробничих компаніях; велика увага приділяється волонтерству, благодійництву

та спонсорським аспектам у рамках реалізації корпоративної соціальної відповідальності.

Як і раніше, невинробничі компанії не приділяють увагу такій складовій як культурний розвиток регіону та боротьба з корупцією. Хоча до поля зору організації почали потрапляти соціально-економічний розвиток регіону, формування культури ділової поведінки та взаємодія зі стейкхолдерами. Усі підприємства даного типу приділяють велику увагу таким блокам соціального звіту: екологія, освіта, соціальний захист/забезпечення, допомога соціально незахищеним верствам населення. Наступними за рівнем розкриття та надання інформації є: боротьба з корупцією, формування культури ділової поведінки, благодійність, волонтерський

Таблиця 2

Вибірковий аналіз соціальних звітів виробничих та невинробничих компаній у динаміці

Компанії	Рік	Екологія	Освіта	Соціальний захист / забезпечення	Соціально-економічний розвиток регіону	Культурний розвиток регіону	Допомога людям з проблемних соціальних груп	Взаємодія зі стейкхолдерами	Боротьба з корупцією	Формування культури ділової	Благодійництво	Волонтерський рух	Спорт
ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг»	2010	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+
	2011	+	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	-
	2012	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-
	2013	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
	2014	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-
СКМ	2010	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
	2011	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	2012	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	2013	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Воля	2010	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
	2011	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	2012	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+
	2013	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+
	2014	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+
Фокстрот	2010	+	+	+	-	-	+	-	+	+	+	+	+
	2011	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+	+	+
	2012	+	+	+	-	-	+	-	+	+	+	+	+
	2013	+	+	+	-	-	+	-	+	-	+	+	+

рух, спорт. Таким чином, за ці роки не відбулося суттєвих змін у стратегії відображення інформації в нефінансових звітах неvirобничих компаній. Ми це пов'язуємо зі специфікою діяльності та меншими можливостями, що має ця група організацій.

Більш детально проаналізуємо соціальні звіти двох компаній виробничого (ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг» та СКМ) та двох неvirобничого сектора (Воля та Фокстрот) за останні п'ять років (див. табл. 2).

Розглянувши нефінансові звіти виробничих компаній можна прийти до наступних висновків:

1. Навіть при проведенні аналізу за одними й тими ж критеріями, ми не можемо визначити, які показники характерні для виробничих компаній, а які ні. Оскільки кожна компанія має право сама конструювати нефінансовий звіт, з кожним роком все більше насичуючи його інформацією. Варто зазначити, що виробничі компанії кожен рік акцентують увагу на одному аспекті соціальної відповідальності, наприклад, на екології, безпеці праці чи підтвердженні інформації за допомогою соціологічних досліджень у рамках компанії.

2. У звітах компанії ПАО «АрселорМіттал Кривий Ріг» у період з 2010 по 2012 роки не відображалася інформація про допомогу людям із проблемних соціальних груп та культурний розвиток регіону, тоді як у 2013 та 2014 рр. компанія вже відображає цю інформацію. Крім того, такий аспект як спорт не має місця у соціальних звітах компанії з 2011 року.

3. У звітах компанії СКМ відображаються майже всі аспекти корпоративної соціальної відповідальності, окрім: 2010 рік – культурний розвиток регіону, 2013 рік – допомога людям з проблемних соціальних груп, 2014 рік – спорт. Можливо, це пов'язано з особливостями регіону, в якому функціонує компанія, а також із великою кількістю інших великих компаній, які входять до групи СКМ та акцентуються на цих видах відповідальності. Однією із особливостей нефінансової звітності компанії стало скорочення кількості сторінок у документі в два рази (з 2013 року), при цьому повнота інформації не зменшилася, а стала більш стисло викладена, проілюстрована та підтверджена різними кейсами, життєвими історіями та опитуваннями.

4. Таким чином, на відображення інформації у нефінансових звітах великих виробничих компаній впливають соціально-економічні умови, що склалися в країні, оскільки організації мають пристосовуватися до них, та менше уваги приділяють корпоративній соціальній відповідальності. Отже, скорочують інформацію про свої соціальні програми до мінімуму, через проблеми як в економічному, так і в ресурсному плані.

Далі проаналізуємо динаміку змін у нефі-

нансових звітах неvirобничих компаній. Можливості цієї групи організацій менші, ніж у виробничих компаній, проте вони також прагнуть розвивати свою корпоративну соціальну відповідальність. Розглянувши звіти на офіційних сайтах, ми прийшли до наступних висновків:

- Для компаній неvirобничого сектору характерне невідображення інформації про культурний розвиток регіону, формування культури ділової поведінки, а для компанії «Фокстрот» ще й соціально-економічний розвиток регіону та взаємодія зі стейкхолдерами. Варто зазначити, що неvirобничі компанії не мають системності в обранні аспектів соціальної відповідальності, за якими компанія звітує та з кожним роком їх збільшує. Можливо, це пов'язано з особливістю діяльності чи можливостями організації, саме через це обираються найбільш «прості» для реалізації елементи корпоративної соціальної відповідальності.

- У нефінансових звітах великих неvirобничих компаній особливостями є малий обсяг інформації, ілюстративність (а саме фото) та невелика кількість аспектів соціальної відповідальності, що мають відображення у документі.

Висновки. Оскільки для аналізу були відібрані великі українські компанії, які мають вихід на світовий ринок, то у своїх соціальних звітах вони відображають всі пункти побудови нефінансового звіту та елементів корпоративної соціальної відповідальності. За чотири роки всі компанії прийшли до розуміння необхідності верифікації соціального звіту, частіше за все за стандартом GRI, що дає можливість не тільки порівнювати структуру звітів між українськими компаніями, а й проводити порівняння із закордонними організаціями тієї ж типологічної групи. Корпоративна соціальна відповідальність є добровільною та не регулюється законодавчо, а компанії можуть обирати для себе вигідні критерії звітності та надавати ту інформацію, що розкриває лише позитивні сторони. Сьогодні однією з найбільш значних проблем, що стоять перед українськими комерційними компаніями, є корупція, при цьому у звітах про сталий розвиток міститься надзвичайно мало інформації про те, які заходи вживають компанії для боротьби з цим явищем. Щорічна публікація нефінансового звіту вдосконалює структуру відображення інформації, проте простого порівняльного аналізу недостатньо для повноцінного розгляду корпоративної соціальної відповідальності.

Таким чином, завдяки уніфікації підходів до визначення критеріїв соціальної відповідальності і зокрема аналізу соціальної звітності дослідники можуть отримати більш повну інформацію, а отже, точніше розуміти стан реалізації практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бегма Ю. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Юридичний коментар. Рекомендації з впровадження [Текст] / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – Київ, 2006. – с. 32.
2. Білоног Ю. Соціальний звіт як складова корпоративної соціальної відповідальності бізнесу (на прикладі вітчизняних компаній) [Текст] / Ю.С. Білоног // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: Збірник наукових праць Дон ДУУ. Серія «Соціологія». – Донецьк: Дон ДУУ, 2012. – Т. XIII, вип. 217. – С. 367-375.
3. Вайс К. Оцінювання: методи дослідження програм та політики [Текст] / Керол Вайс; [пер. з англ. Р.Ткачук, М.Корчинська]. – К. : Основи, 2000 – 671 с.
4. Иванова Е. Корпоративная социальная ответственность как элемент корпоративной культуры [Текст] / Е. Иванова // Kant. – 2011. – № 3. – С. 39-44.
5. Международный стандарт ISO 26000. Руководство по социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/Downloads-index-req-viewdownloaddetails-lid-243.html>.
6. Перегудов С. П. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии [Текст] / С. П. Перегудов, И. С. Семенов – М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 448 с.
7. Савченко І.Г. Соціальна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави [Текст]: Автореф. дис... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / І.Г. Савченко; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Харк. регіон. ін-т держ. упр. – Х., 2007. – 18 с. – укр.
8. Солодуха О. Оцінка управління соціальною відповідальністю бізнесу [Електронний ресурс] / О.В. Солодуха. – Режим доступу: http://director.at.ua/upravlinnja_socialnoju_vidpovidalnistju_biznesu.pdf. 2008.
9. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A.B. Carroll // Business Horizons. – 1991. – Vol. 34, № 4. – P. 39-48.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2015

REFERENCES:

1. *Behma Y.* Yakisne doslidzhennya metodiv vprovadzhennya sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu v Ukraini. Yurydychnyy komentar. Rekomendatsiyi z vprovadzhennya (Qualitative research methods for the implementation of the social responsibility of business in Ukraine. Legal commentary. Recommendations for the implementation). – Kyiv, 2006, p. 32.
2. *Bilonoh Y.* Sotsial'nyy zvit yak skladova korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu (na prykladi vitchyznyanykh kompaniy) (Social report as a component of corporate social responsibility of businesses (for example, domestic companies)) – Suchasni suspil'ni problemy u vymiri sotsiolohiyi upravlinnya: Zbirnyk naukovykh prats' Don DUU. T. XIII. no. 217. Seriya «Sotsiolohiya». – Donets'k: *Don DUU*, 2012. – p. 367-375.
3. *Vays K.* Otsinyuvannya: metody doslidzhennya prohram ta polityky (Evaluation: methods of research policies and programmes). – K. : *Osnovy*, 2000, 671p.
4. *Ivanova E.* Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost kak element korporativnoy kulturyi (Corporate social responsibility as an element of corporate culture)– Kant . 2011. – № 3. – S. 39-44.
5. *Mezhdunarodnyiy standart ISO 26000. Rukovodstvo po sotsialnoy otvetstvennosti.* (International standard ISO 26000. Guidance on social responsibility) Mode of access: <http://www.klubok.net/Downloads-index-req-viewdownloaddetails-lid-243.html>
6. *Peregudov S. P.* Korporativnoe grazhdanstvo: kontseptsii, mirovaya praktika i rossiyskie reali (Corporate citizenship: concepts, international practice and the realities of Russia)– M.: *Progress-Traditsiya*, 2008. - 448 p.
7. *Savchenko I.* Sotsial'na vidpovidal'nist' orhaniv derzhavnoyi vlady v umovakh rozbudovy sotsial'noyi derzhavy (Social responsibility of public authorities in the development of the welfare state): Avtoref. dys... kand. nauk z derzh. upr.: 25.00.01 – Kh., 2007. – 18 p.
8. *Solodukha O.* Otsinka upravlinnya sotsial'noyu vidpovidal'nistyuu biznesu (Assessment of the management of the social responsibility of business) Rezhym dostupu: http://director.at.ua/upravlinnja_socialnoju_vidpovidalnistju_biznesu.pdf. 2008.
9. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons* 34 (4): 1991. – p. 39-48.

Білоног Юлія Сергіївна – аспірант
Київський національний університет ім.Т.Шевченка
Адреса: 03680, м. Київ, пр. Академіка Глушкова, 4Д
E-mail: yuliyabilonog@yandex.ru

Bilonog Julia Sergeevna – postgraduate
T. Shevchenko national university of Kyiv
Address: 4D, Akademik Hlushkov Av., Kyiv, 03680, Ukraine
E-mail: yuliyabilonog@yandex.ru