

## ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ

*В.П. Петренко, Р.Т. Мацьків*

*ІФНТУНГ, 76019, м. Івано-Франківськ, вул. Карпатська 15, тел. (0342) 507622,  
e-mail: fuhrer@nung.edu.ua*

*Здійснено оцінку основних підходів до визначення рівня соціальної відповідальності підприємств. На її основі запропонована методика для визначення рівня соціальної відповідальності підприємств нафтогазового комплексу.*

Ключові слова: соціальна відповідальність, зацікавлені сторони (стейкхолдери), соціальні інвестиції, показники соціальної відповідальності.

*Произведена оценка основных подходов к определению уровня социальной ответственности предприятий. На ее основе предложена методика для определения уровня социальной ответственности предприятий нефтегазового комплекса.*

Ключевые слова: социальная ответственность, заинтересованные стороны (стейкхолдеры), социальные инвестиции, показатели социальной ответственности.

*The estimation of the main approaches to determining the social responsibility of enterprises. It was used the technique of determining the social responsibility of oil and gas enterprises.*

Keywords: social responsibility, the interested parties (stakeholders), social investment, indicators of social responsibility.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** В сучасних умовах розвитку економіки та суспільства постає необхідність визначення оптимального рівня взаємодії між підприємствами та сторонами, зацікавленими у їх діяльності, до яких належать персонал, постачальники, споживачі, члени громад, на території яких функціонують компанії чи їх відокремлені структурні підрозділи тощо. В зв'язку з цим, наукова спільнота та громадськість наголошують на важливості реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу, як однієї з передумов ефективного функціонування як господарюючих суб'єктів, так і соціальної сфери. Однак, для підприємств визначити безпосередні результати такої діяльності надзвичайно складно через особливості процесу соціального інвестування. Проте, незважаючи на проблематичність, результати соціальних заходів керівництву компаній все ж необхідно оцінювати для створення умов розроблення та реалізації стратегій їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** У світовій практиці результати аналізу та оцінки соціальної діяльності компаній, як правило, представляють у вигляді фондових та нефондових індексів, на основі значень яких формують рейтинги компаній. В Україні ж на даний час лише робляться спроби створення подібних рейтингів, а представники громадських організацій та преси проводять позиціонування компаній за рівнем корпоративної соціальної відповідальності. При цьому ключовим моментом, що оцінюється, є доступність інформації про реалізовані

компанією заходи в рамках зазначеної концепції.

Враховуючи вимоги сьогодення, науковою спільнотою приділяється значну увагу проблемам реалізації принципів КСВ загалом та проблемі оцінки рівня соціальної відповідальності компаній зокрема. Так, у працях Ф. Алієва, В. Воробєя, Л. Грициної, А. Курбана, Н. Кричевського, О. Мазурик, С. Туркіна та інших пропонуються різні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності підприємств та ефективності соціальних інвестицій.

Враховуючи те, що в Україні єдиного підходу до оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності ще не сформувалось, **ціллю статті** є аналіз характеристик уже існуючих методик та окреслення особливостей визначення рівня КСВ підприємств нафтогазового комплексу.

**Виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Як уже зазначалось, у розвинених країнах світу поширена практика розрахунку фондових та нефондових індексів. Фондові індекси (для прикладу, DSI400, FTSE 4 Good, Dow Jones Sustainability Index, NASDAQ Social Index) використовують для прийняття рішень в рамках соціально відповідального інвестування. Нефондові індекси (CPI, Social Index Датського міністерства соціальної політики) використовуються для порівняльного позиціонування (складання рейтингів) та базуються на оцінці діяльності компанії різними групами зацікавлених сторін. Для розрахунку індексів використовується як оприлюднена, так і внутрішня інформація, а також проводяться опитування серед зацікавлених сторін. Розрахунок індексів соціальної

льної відповідальності здійснюється на основі значень показників за такими основними напрямками:

- врахування думки споживачів (показники, що характеризують стан імідж-реклами, розвиток індивідуальності компанії, комунікації, в тому числі інформаційну відкритість. Також визначається соціальна цінність продукції);

- врахування інтересів ділових партнерів (характеризується рівнем корпоративної культури та якістю корпоративного управління);

- дотримання етичних норм (передбачає їх дотримання не лише самою компанією, а й спонукання ділових партнерів до аналогічних дій. Зокрема, сучасні, соціально відповідальні компанії не використовують працю дітей, не сприяють розвитку корупції тощо та вимагають цього ж від ділових партнерів);

- відносини з працівниками (у цьому напрямку важливими є показники, що характеризують умови та оплату праці, безпеку на робочому місці, фінансові та соціальні гарантії, рівень інвестицій у людський капітал: розвиток професійних навичок працівників, підвищення їх кваліфікації);

- відносини з владними структурами та місцевими громадами (передбачають, перш за все, сплату податків у повному обсязі та відмову від вирішення проблем бізнесу через особисті відносини з державними службовцями. Також соціальний вклад компанії у розвиток місцевих громад, соціальні інвестиції, допомога працівникам компанії у реалізації програм розвитку місцевих громад) [1].

В Україні ж практика складання рейтингу компаній за рівнем їх соціально відповідальної поведінки лише набуває поширення. Зокрема, у 2010 році Всеукраїнський рейтинговий журнал "Гвардія" на основі аналізу анкет компаній, що були запропоновані редакцією журналу, публічних соціальних звітів, а також оцінок незалежних експертів – членів експертного комітету – оприлюднив рейтинг відкритості та системності компаній у сфері КСВ за 2009 рік. Рейтинг було складено на основі значень інтегральної оцінки рівня відкритості та системності компаній у сфері КСВ. В запропонованій анкеті визначені для оцінки показники було поділено на чотири блоки: "Соціальний звіт, як інструмент діалогу з суспільством", "Напрямки та обсяги соціальних інвестицій", "Системність в управлінні КСВ. Рівень залучення зацікавлених сторін (стейкхолдерів)", "Активність та системність у сфері благодійності та меценатства" [2].

Науковці, які здійснюють дослідження у сфері корпоративної соціальної відповідальності, теж розробили ряд підходів до оцінки її рівня. Зокрема, Грицина Л.А. обґрунтовано доводить, що система нормативно-індикативного регулювання КСВ підприємств повинна включати показники оцінки екологічної, суспільної, трудової та економічної складових цієї відповідальності, аналіз яких здійснюється на основі постійного моніторингу змін значень цих показників відносно нормативних (оптимальних) значень їх досяжності та визначаються напрями

оптимізації [3]. При цьому, показники, які пропонує розраховувати автор для характеристики вищевказаних аспектів КСВ підприємства, фактично не відображають розвиток відносин з такими групами стейкхолдерів, як місцеві громади, органи місцевого самоврядування, неурядові організації тощо.

Інший автор – Водницька Н.В., для аналізу рівня соціальної відповідальності підприємств пропонує визначати інтегральний показник, в основу розрахунку якого покладено визначення евклідової відстані між точками, що характеризують значення часткових показників на досліджуваному підприємстві й еталонною точкою. Часткові показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу (підприємства) характеризують відносини із персоналом та топ-менеджерами, споживачами, бізнес-партнерами, суспільством та державою [4]. З нашої точки зору, основним недоліком цієї методики є необхідність визначення еталонного значення кожного часткового показника, яке може набувати різних значень для різних підприємств, оскільки має бути врахована специфіка виробництва, розмір підприємства, чисельність персоналу тощо. Оскільки у структуру НАК "Нафтогаз України" входять підприємства, що спеціалізуються на розробці, бурінні, видобуванні та транспортуванні нафти і газу, а також науково-дослідні установи тощо, то визначити еталонне значення для показників буде особливо складно.

З нашої точки зору, для характеристики рівня соціальної відповідальності підприємств нафтогазового комплексу доцільно використати методику, яка була запропонована асоціацією менеджерів Росії у 2004 році в першій доповіді про соціальні інвестиції в Росії, відповідно до якої рівень КСВ компанії визначається на основі аналізу кількісних та якісних індексів соціальних інвестицій. Як свідчить прогресивний світовий досвід, соціальне інвестування тісно пов'язане із концепцією корпоративної соціальної відповідальності, яка узагальнює підходи до розвитку ділової етики, корпоративної філантропії, корпоративного громадянства, сталого розвитку та захисту навколишнього середовища [5], що робить такий підхід достатньо обґрунтованим і правомірним. Окрім цього, доцільно також погодитись з думкою ряду науковців [6, 7], які вважають соціальні інвестиції наступним після традиційної благодійності та стратегічної філантропії еволюційним інструментом реалізації КСВ.

В контексті вищевикладеного, на даному етапі дослідження постає необхідність у визначенні дефініцій "соціальні інвестиції", а також, враховуючи особливості об'єкта дослідження, "соціальні інвестиції відокремлених структурних підрозділів трансрегіональних господарюючих структур (ТРГС)". Адже в Україні функціонування нафтогазового комплексу значною мірою представлене діяльністю відокремлених структурних підрозділів НАК "Нафтогаз України", які не мають статусу юридичної особи, що було описано у [8]. Таку особливість необхідно враховувати при характеризованні процесів

соціального інвестування, які реалізуються підприємствами, що входять до НАК “Нафтогаз України”.

Процес формулювання визначення терміну “соціальні інвестиції відокремлених структурних підрозділів ТРГС” доцільно почати із зазначення, що це - інвестиції (в їх уже традиційному значенні [9]) у соціальну сферу. Оскільки метою функціонування соціальної сфери не є отримання прибутку, то ця обставина і визначає особливості соціальних інвестицій. Російські вчені [1], які займаються дослідженням корпоративної соціальної відповідальності, найповнішим та таким, що найкраще встановлює суть соціальних інвестицій, які реалізуються корпораціями, вважають таке визначення: “соціальні інвестиції бізнесу – це матеріальні, технологічні, управлінські або інші ресурси, а також фінансові засоби компанії, що спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених із врахуванням інтересів внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанія отримує певний (хоча і не завжди, і не просто вимірюваний) соціальний та економічний ефект” [10]. Водночас, деякі автори [1, 11] наголошують на тому, що у процесі соціального інвестування необхідно забезпечити збалансування інтересів корпоративного сектора з інтересами суспільства та держави.

В українській науковій літературі формування такого комплексного підходу до поняття “соціальні інвестиції” ще не відбулося. Зокрема, Р. Краплич пропонує під поняттям “соціальні інвестиції” розуміти вкладення фінансового капіталу, які забезпечать отримувачу можливість тривалого виконання проекту чи програми. Автор вважає, що наслідком соціального інвестування має бути саме розвиток місцевості, захист інтересів та забезпечення головних потреб цільових груп населення, постійна опіка суспільних інституцій і стабільність у покращенні добробуту [12].

Інші науковці [13] теж акцентують увагу на, по-перше, виключно зовнішньому характері вкладень та, по-друге, їх фінансовій формі. При цьому, робиться акцент на дуже важливій, з нашої точки зору, позиції - функції соціальних інвестицій: кошти, що виділяються компанією, повинні сприяти зниженню соціальної напруги в регіоні, де розташована компанія, та підвищенню рівня життя різних верств населення цих територій. Окремим інструментом реалізації КСВ пропонують також виділяти еквівалентне фінансування, як спільне фінансування соціальних програм компанією, органами державного управління та представниками некомерційного сектора. З нашої точки зору, еквівалентне фінансування доцільно розглядати як одну із форм соціальних інвестицій, оскільки така діяльність компанії сприятиме не лише покращенню відносин із зовнішніми стейкхолдерами, а й зростанню її іміджу, та, відповідно, збільшенню вартості компанії, покращенню фінансових показників діяльності тощо.

У проекті Національного стандарту “Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги” [14] визначення категорії “соціальні інвестиції” відсутнє. Однак, у розділі, що характеризує вимоги, відповідно до яких повинна діяти компанія у процесі соціального інвестування, описані цілі та результати, яких має досягти підприємство. Зокрема, у стандарті зазначено:

- компанія має визначити доцільність та можливість здійснення соціальних інвестицій у співтовариства, в яких вона функціонує. Види соціальних інвестицій включають проекти у сфері освіти, навчання, культури, охорони здоров'я, формування доходів, розвитку інфраструктури, підвищення доступності інформації, а також будь-які інші види діяльності, що стимулюють соціально-економічний розвиток;

- компанія має виявляти сфери, в яких може використовувати навички своїх працівників для набуття та розвитку навичок персоналу співтовариств, та, відповідно, проводити там діяльність. Таким чином, співробітники компанії матимуть можливість підвищити власну кваліфікацію і ефективніше приймати участь у розвитку громад;

- менеджери компанії повинні усвідомлювати, що соціальні інвестиції не виключають інших соціально відповідальних дій і благодійності, однак важливо, щоб ці дії узгоджувались та сприяли досягненню загальних цілей організації. При цьому:

- слід орієнтуватись на надання ресурсів співтовариству, яке представляє інтереси громади, шляхом реалізації програм або проектів, спрямованих на довгостроковий розвиток;

- доцільно сприяти довгостроковим проектам соціального інвестування, що зорієнтовані на сталий розвиток шляхом залучення співтовариств до їх розробки і виконання;

- треба враховувати при плануванні проектів соціальних інвестицій сприяння розвитку співтовариств, що представляють інтереси громади;

- необхідно сприяти місцевим співтовариствам шляхом обліку пріоритетів, визначених місцевими і національними політиками;

- важливо уникати дій, які сприяють збереженню залежності співтовариства від благодійної діяльності організації;

- слід оцінювати існуючі ініціативи, пов'язані із співтовариствами, створювати зворотний зв'язок щодо їх успішності і адекватності та виявляти можливості для поліпшення.

Отже, все викладене вище відображає особливості категорії “соціальні інвестиції”, однак, залишається необхідність визначення особливостей реалізації самого процесу відокремленими структурними підрозділами таких ТРГС як НАК “Нафтогаз України” і їй подібних. З нашої точки зору, важливо:

- по-перше, щоб процес соціального інвестування був децентралізованим, тобто програми, які реалізують відокремлені структурні підрозділи, повинні ними ж розроблятися;

по-друге, розробка та реалізація програм соціального інвестування повинна сприяти досягненню як стратегічних цілей компанії, так і тактичних цілей відокремлених структурних підрозділів;

по-третє, здійснення соціальних інвестицій повинно сприяти не лише сталому розвитку громад, а й створенню умов для досягнення позитивних фінансово-економічних результатів відокремлених структурних підрозділів, а, відповідно, і компанії у довгостроковій перспективі.

Виходячи із викладеного вище: *соціальні інвестиції, які здійснюються відокремленими структурними підрозділами ТРГС, – це фінансові активи, що виділяються централізовано, або за узгодженням із головною компанією, а також матеріальні, технологічні, управлінські або інші ресурси чи засоби, що спрямовуються за узгодженим рішенням керівництва підрозділів ТРГС на реалізацію соціальних програм, розроблених із врахуванням інтересів як відокремлених структурних підрозділів ТРГС, так і головної компанії, а також внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанія отримає певний соціальний та економічний ефект.*

Виходячи з обґрунтованих вище припущень, для оцінки рівня соціальної відповідальності компаній використовуються саме кількісні та якісні індекси соціальних інвестицій. До кількісних індексів належать:

- індекс соціальних інвестицій на одного працівника  $IL$  (в гр.од.):

$$IL = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i}, \quad (1)$$

де:  $C_i$  – обсяг соціальних інвестицій компанії з врахуванням обов'язкових та добровільних витрат на соціальні програми;

$L_i$  – середньоспискова чисельність персоналу компанії;

$n$  – кількість компаній, які досліджуються;

- частка соціальних інвестицій в загальній виручці від реалізації (сумарному обсязі продажу) ( $y\%$ ):

$$IS = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \cdot 100\%, \quad (2)$$

де  $S_i$  – сукупна виручка від реалізації (валовий обсяг продажу);

- частка соціальних інвестицій у величині прибутку до оподаткування ( $y\%$ ):

$$IP = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \cdot 100\%, \quad (3)$$

де  $P_i$  – загальна сума прибутку до оподаткування [10].

Якісний індекс соціальних інвестицій, на відміну від кількісного, призначений для оцінки комплексності й повноти такого явища, як корпоративна соціальна відповідальність. Основою для розрахунку даного індексу є наявність (або відсутність) фактів соціально відповідальної поведінки у компанії-респондента. Відповідно розрізняють частковий та загальний якісні індекси соціальних інвестицій. Як справедливо зазначає Мазурик О.В., облік якісної складової процесу соціального інвестування є необхідним у зв'язку з тим, що обсяг ресурсів, які виділяються на соціальні програми, є лише однією з характеристик соціально відповідальної діяльності компанії. На практиці здійснення компанією соціальних інвестицій може супроводжуватися неякісним статистичним обліком, відсутністю централізованого контролю й управління процесом, нерациональним розподілом ресурсів лише за декількома напрямками діяльності, стихійністю й нерівномірністю фінансування соціальних заходів тощо [15].

Водночас, російські вчені Шихвердієв А.П. і Серяков А.В. в роботі [16] вказують на ряд недоліків методики розрахунку якісного індексу соціальних інвестицій. З нашої точки зору, найсуттєвішими з них є:

1. Якісний індекс не враховує величину значень кожного показника в загальному індексі, іншими словами, усі показники мають однакову вагу.

2. Великий бізнес, монополії можуть виділяти величезні кошти на соціальні програми, але великому бізнесу, особливо монополіям державного масштабу, надзвичайно важко бути соціально відповідальними внаслідок величезної кількості зацікавлених сторін з різними інтересами, часто протилежними. Саме збільшення кількості зацікавлених осіб знижує загальну соціальну відповідальність, на яку компанія змушена відповідати збільшенням соціальних інвестицій.

3. Відсутній облік мети взаємодії із зацікавленими особами.

4. Відсутні детальні показники якості взаємодії зі стейкхолдерами, адже наявність або відсутність ознаки у вибірці не може адекватно демонструвати якість взаємодії.

5. Інтегральний показник кількості й якості не розкриває суті інвестицій, адже компанія може хаотично інвестувати в об'єкти соціального середовища. Іншими словами, якщо немає логіки у процесі інвестування, тобто ресурси розподіляються тим зацікавленим сторонам, з якими взаємодія йде слабко або тим, з ким взаємини досить міцні, і для їхнього розвитку потрібні подальші інвестиції, то такий процес соціального інвестування навряд чи можна вважати якісним.

Для зменшення впливу вище перелічених недоліків нами була розроблена концептуальна модель взаємодії територіально розосереджених підприємств ТРГС з керівними органами державного управління і місцевих громад [17].

Формування інформаційної бази для розрахунку індексів соціальних інвестицій частково здійснювалось шляхом анкетування працівників та експертів підприємств. При цьому анкети були розроблені із врахуванням пропозицій Шихвердієва А.П. і Серякова А.В. та на основі напрацювань авторів посібника із КСВ [18].

Таким чином, для якісної оцінки повноти і комплексності процесу соціального інвестування використовуються показники, які, з нашої точки зору, найбільш адекватно характеризують розвиток компаній нафтогазового комплексу.

Інституціональне оформлення соціальної політики компанії є важливою складовою КСВ. Дана група передбачає облік за такими позиціями:

- наявність спеціального підрозділу, відповідального за реалізацію соціальних програм компанії (організаційна складова соціальної політики);
- наявність колективного договору, як нормативної основи соціальної політики.

Комплексність соціальних інвестицій оцінюється на основі обліку за п'ятьма напрямками витрат:

- розвиток персоналу компанії та створення гідних умов праці;
- екологічна політика і ресурсозбереження;
- підтримка сумлінної ділової практики;
- розвиток місцевих громад;
- корпоративні цінності.

Саме на основі сформульованих напрямків інвестиційних витрат формується критерій максимальної різноманітності соціальної політики компанії, оскільки концентрація соціальних інвестицій на одному-двох напрямках призводить до диспропорцій у розвитку всієї соціально-економічної системи.

Інформацію про наявність або відсутність кожної із запропонованих ознак узагальнює єдиний інтегральний показник - якісний індекс соціальних інвестицій (ІК). Розрахунок даного показника здійснювався за методикою, запропонованою Асоціацією менеджерів Росії. Однак, для ліквідації першого із перелічених вище недоліків до формули запропоновано ввести ваговий коефіцієнт, значення якого визначається на основі експертних оцінок.

До часткових якісних індексів належать:

- якісний індекс соціальних інвестицій для  $i$ -ї компанії  $IK(i)$  (у %), який вказує на рівень комплексності соціальної діяльності компанії і розраховується в такий спосіб:

$$IK(i) = \left( \frac{1}{m} \cdot \sum_{j=1}^m \lambda_{ij} \cdot X_{ij} \right) \cdot 100\%, \quad (4)$$

де:  $X_{ij}$  – булева змінна, що набуває значення 1, якщо  $j$ -а ознака присутня в  $i$ -ї компанії, і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня;

$\lambda_{ij}$  – ваговий коефіцієнт, який вказує на значення  $j$ -ї ознаки для  $i$ -ї компанії;

$m$  – кількість ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компаній. В ідеалі набір ознак повинен бути таким, щоб кожна з них

була “наскрізною”, тобто властивою для кожної компанії;

- якісний індекс соціальних інвестицій для  $j$ -ї ознаки  $IK(j)$  (у %) характеризує присутність даної якісної ознаки в статистичній вибірці компаній-респондентів і розраховується в такий спосіб:

$$IK(j) = \left( \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n \lambda_{ij} \cdot X_{ij} \right) \cdot 100\%, \quad (5)$$

де  $n$  – кількість компаній, що беруть участь в обстеженні.

Загальний якісний індекс соціальних інвестицій  $IK$  (у %) вказує на рівень комплексності соціально відповідальної поведінки обстежуваної сукупності компаній і розраховується так:

$$IK = \left( \frac{1}{n \cdot m} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \lambda_{ij} \cdot X_{ij} \right) \cdot 100\%. \quad (6)$$

Усі три різновиди якісного індексу соціальних інвестицій є унормованими і можуть набувати значення від 0 до 100%. Наближення значення індексу до 100% характеризує цілісність і успішність соціальної політики компанії. Порівняння індексів  $IK(i)$  для різних компаній дає змогу визначити лідерів і аутсайдерів за показником комплексності організації процесу соціального інвестування. Порівняння індексів для різних ознак  $IK(j)$  дає змогу виявити відповідні “вузькі місця”, тобто ті, що представляють для компаній найбільшу проблему.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність має стати одним із важливих стратегічних напрямків розвитку суб'єктів господарської діяльності в Україні. Адекватно і правильно проведена оцінка стану КСВ в компанії дасть можливість визначити як розвинуті напрямки соціальної політики, так і її недоліки та “вузькі місця”. Це, в свою чергу, уможливить ефективне управління діяльністю трансрегіональних суб'єктів господарської діяльності та досягнення встановлених перед ними стратегічної мети, цілей і завдань.

### Література

1 Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография; под общ. ред. д.е.н. И.Ю. Беляевой, д.е.н., проф. М.А. Ескиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.

2 Методика рейтинга открытости и системности компаний в сфере КСО. – Режим доступа: [http://www.kontrakty.com.ua/gvard/metod\\_soc2010.pdf](http://www.kontrakty.com.ua/gvard/metod_soc2010.pdf)

3 Грицина Л.А. Механизм формирования корпоративной социальной ответственности в управлении предприятием: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (машинобудування)” / Л.А. Грицина. – Хмельницький, 2009. – 20 с.

4 Водницька Н.В. Управління трудовою сферою промислового підприємства з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Н.В. Водницька. – Харків, 2008. – 19 с.

5 Matten, D. and Moon, J. Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe in A Habish, J Jonker, M Wegner, R Schmidpeter (Eds.), CSR Across Europe, 2004: in print. Germany: Springer.

6 Юзык Л.А. Социальные инвестиции как форма социальной ответственности / Л.А. Юзык // Наука й економіка. – 2009. – Т.1, №3 (15). – С. 295–300.

7 Хоняев С.Н. Социальные инвестиции как форма реализации социальной ответственности предприятий : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / С.Н. Хоняев. – Волгоград, 2006. – 18 с.

8 Палійчук М.В. Трансрегіональні корпоративні структури і регіональна економіка: умови ефективної взаємодії та співпраці / М.В. Палійчук, В.В. Шкварилук, В.В. Попович, Р.Т. Мацьків // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. – 2009. – № 2(20). – С. 5-11.

9 Економічна енциклопедія: у трьох томах ; відп.ред. С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.

Т.1. – 2000. – 864 с.

10 Доклад о социальных инвестициях в России 2004 год: роль бизнеса в общественном развитии; под общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 80 с.

11 Винников В.С. Управление социальным инвестированием в корпорациях: теоретико-методологический аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством (управление инновациями и инвестиционной деятельностью)” / В.С. Винников. – М., 2007. – 24 с.

12 Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких : посібник для бізнесу та неприбуткових організацій ; [Упоряд. Р. Бовгиря, С. Пайсаніди, О. Краплич, А. Кіслов, та ін.]. - Рівне: Фондація ім. князів-благодійників Острозьких, 2005. – 74 с.

13 Кряж М.С. Вплив державної політики на формування соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / М.С. Кряж // Державне будівництво. – 2008. – №2. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2008-2/doc/2/24.pdf>

14 Проект. Національний стандарт України “Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги”. – Режим доступу:

[http://csr-ukraine.org/rozrobka\\_nacionalnogo\\_standartu\\_z\\_.html](http://csr-ukraine.org/rozrobka_nacionalnogo_standartu_z_.html)

15 Мазурик О.В. Соціальний аудит в системі соціального управління / О.В. Мазурик, Т.Є. Єрескова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2008. – С. 230-233.

16 Шихвердиев А.П. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Шихвердиев А.П., Серяков А.В. // Режим доступа:

<http://csrjournal.com/lib/analyticarticle/2033-kachestvennyj-indeks-socialnykh-investicijj-kak.html>

17 Мацьків Р.Т. Ідентифікація шляхів підвищення ефективності взаємодії структурних складових трансрегіональних суб'єктів господарювання з органами управління місцевих громад / Р.Т. Мацьків // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т.1. – №3. – С.124-127.

18 Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Лазаренко О., Колиско Р., та ін. – К.: Видавництво “Енергія”, 2008. – 96 с.

*Стаття надійшла до редакційної колегії  
02.11.10*

*Рекомендована до друку професором  
Я. С. Витвицьким*