

УДК 332.012.2: 658.014.1

**Станасюк Наталія Степанівна**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва  
Національний університет «Львівська політехніка»*

**Stanasiuk Nataliia**

*Doctor of Economics, Professor,  
Professor of the Department of Management and International Business  
Lviv Polytechnic National University  
ORCID: 0000-0002-6885-9431*

**Мей Фей**

*аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва  
Національного університету «Львівська політехніка»*

**Mei Fei**

*Postgraduate Student of the Department of Management and International Business  
Lviv Polytechnic National University  
ORCID: 0009-0002-4388-7695*

DOI: 10.25313/2520-2294-2025-2-10680

**ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ ТА НАПРЯМИ  
РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ  
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА УМОВ ПРОВАДЖЕННЯ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**INDICATORS OF ASSESSMENT AND DIRECTIONS  
OF DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY IN THE CONDITIONS OF  
CONDUCTING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES**

**Анотація.** Вступ. Обмеженість ресурсних можливостей функціонування світової економіки та складна екологічна ситуація, що склалася в багатьох регіонах світу, суттєво загострюють проблему забезпечення сталого розвитку. Вирішення цієї проблеми потребує, серед іншого, усвідомлення власниками та менеджерами підприємств важливості корпоративної соціальної відповідальності. Інакше кажучи, власники та менеджери компаній повинні не лише прагнути до отримання високих фінансових результатів господарської діяльності, але й намагатися забезпечити отримання від її провадження соціального, екологічного та інших видів ефектів. Ці ефекти мають суттєве значення для суспільства, зокрема для персоналу відповідних компаній та мешканців територіальних громад загалом. З цієї метою підприємства повинні провадити широкомасштабні програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Своєю чергою, здійснення цих програм повинно базуватися на попередньому оцінюванні наявного рівня корпоративної соціальної відповідальності та встановленні перспективних напрямів її подальшого розвитку.

**Мета.** Метою дослідження є групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та розроблення послідовності дій щодо встановлення перспективних напрямів подальшого розвитку цієї відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності.

**Матеріали і методи.** Матеріалами дослідження є праці науковців, присвячені оцінюванню та формуванню корпоративної соціальної відповідальності, та дані про діяльність досліджуваних підприємств.

В процесі дослідження було використано наступні наукові методи: групування (для групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності); моделювання (при розробленні послідовності дій щодо визначення напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу); логічного узагальнення (при формулюванні висновків).

*Результати.* Здійснено групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності за ступенем узагальненості, предметом оцінювання, конструкцією показників, розмірністю, врахуванням динаміки змін та іншими ознаками. Розроблено послідовність дій з визначення перспективних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу. Виконано апробацію розроблених теоретико-методичних засад за вибіркою підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Ця апробація показала, що у значній кількості досліджуваних підприємств існує потенціал щодо реалізації додаткових заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

*Перспективи.* Застосування отриманих результатів у практиці діяльності підприємств дасть змогу вдосконалити процеси формування та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. Подальші дослідження потребують формалізації запропонованої послідовності дій щодо визначення перспективних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

**Ключові слова:** підприємство, корпоративна соціальна відповідальність, напрями розвитку, зовнішньоекономічна діяльність, соціально-економічний результат.

**Summary.** Introduction. The limited resource capabilities of the functioning of the world economy and the difficult environmental situation that has developed in many regions of the world significantly exacerbate the problem of ensuring sustainable development. Solving this problem requires, among other things, awareness by owners and managers of enterprises of the importance of corporate social responsibility. In other words, owners and managers of companies should not only strive to obtain high financial results of economic activity, but also try to ensure that its implementation produces social, environmental and other types of effects. These effects are of exceptional importance for society, in particular for the personnel of the relevant companies and residents of territorial communities in general. To this end, enterprises should implement large-scale programs of corporate social responsibility activities. In turn, the implementation of these programs should be based on a preliminary assessment of the existing level of corporate social responsibility and the establishment of promising directions for its further development.

*Purpose.* The purpose of the study is to group indicators for assessing corporate social responsibility and develop a sequence of actions to establish promising directions for the further development of this responsibility in the context of foreign economic activity.

*Materials and methods.* The materials of the study are the works of scientists devoted to the assessment and formation of corporate social responsibility, and data on the activities of the enterprises under study.

The following scientific methods were used in the research process: grouping (for grouping indicators for assessing corporate social responsibility); modeling (when developing a sequence of actions to determine the directions for the development of business social responsibility); logical generalization (when formulating conclusions).

*The results.* The indicators for assessing corporate social responsibility were grouped by the degree of generalization, subject of assessment, indicator construction, dimension, taking into account the dynamics of changes and other features. A sequence of actions has been developed to determine promising directions for the development of business social responsibility. The developed theoretical and methodological principles have been tested on a sample of enterprises engaged in foreign economic activity. This testing has shown that a significant number of the enterprises under study have the potential to implement additional measures for corporate social responsibility.

*Discussion.* The application of the results obtained in the practice of enterprises will allow improving the processes of forming and assessing corporate social responsibility. Further research requires formalization of the proposed sequence of actions to determine promising directions for the development of business social responsibility.

**Key words:** enterprise, corporate social responsibility, development directions, foreign economic activity, socio-economic result.

**Постановка проблеми.** Обмеженість ресурсних можливостей функціонування світової економіки та складна екологічна ситуація, що склалася в багатьох регіонах світу, суттєво загострюють проблему забезпечення сталого розвитку. Вирішення цієї проблеми потребує, серед іншого, усвідомлення власниками та менеджерами підприємств важливості корпоративної соціальної відповідальності. Інакше кажучи, власники та менеджери компаній повинні не лише прагнути до отримання високих фінансових результатів господарської діяльності, але й намагатися забезпечити отримання від її провадження соціального, екологічного та інших видів ефектів. Ці ефекти мають суттєве значення для суспільства, зокрема для персоналу відповідних компаній та мешканців територіальних громад загалом. З цією метою підприємства повинні провадити широко-

масштабні програми заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Своєю чергою, здійснення цих програм повинно базуватися на попередньому оцінюванні наявного рівня корпоративної соціальної відповідальності та встановленні перспективних напрямів її подальшого розвитку. Зокрема, це стосується і тих суб'єктів підприємництва, які провадять зовнішньоекономічну діяльність і для яких соціальна корпоративна відповідальність може розглядатися як чинник підвищення ділової привабливості для іноземних контрагентів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання оцінювання та розвитку корпоративної соціальної відповідальності розглядалися у значній кількості наукових публікацій. Серед науковців, які досягли значних успіхів у вирішенні зазначених питань, варто відмітити таких вчених, як Д. Баюра [1],

О. Березіна [2], М. Деліні [3], О. Зінченко [4], І. Ігнатенко [5], В. Кужель [6], Л. Марчук [7], М. Надейко [8], О. Попадюк [9], Н. Резнік [10], Л. Селіверстова [11], Г. Тарасюк [12] та ін. Переліченими дослідниками було детально проаналізовано чинники формування соціальної відповідальності бізнесу, розроблено інструментарій для її оцінювання, запропоновано науково обґрунтовані підходи до забезпечення розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Водночас, питання групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та розроблення послідовності дій щодо встановлення перспективних напрямів подальшого розвитку цієї відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності на теперішній час не є остаточно вирішеними і, зважаючи на їхню актуальність, потребують проведення додаткових досліджень.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та розроблення послідовності дій щодо встановлення перспективних напрямів подальшого розвитку цієї відповідальності у контексті зовнішньоекономічної діяльності. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких головних завдань: виділити основні групи показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності; розробити послідовність дій щодо визначення перспективних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу; виконати апробацію розроблених теоретико-методичних засад за вибіркою підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

**Виклад основного матеріалу.** Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності є складним завданням, що зумовлено багатогранністю зазначеної відповідальності. Водночас, таке оцінювання повинно обов'язково передбачати виділення видів соціальної відповідальності бізнесу (наприклад, екологічної, соціальної, економічної тощо) та її підвидів (тобто конкретизованих груп заходів із забезпечення зазначеної відповідальності у межах кожного її виду). Також очевидно, що оцінити корпоративну соціальну відповідальність у повному обсязі можливо лише із використанням певної системи різноманітних індикаторів. При цьому зазначені індикатори варто поділити на такі види за відповідними ознаками їхнього групування (табл. 1):

- 1) за ступенем узагальненості: часткові, загальні та узагальнені;
- 2) за предметом оцінювання: показники оцінювання результативності соціальної відповідальності бізнесу, показники оцінювання витрат на реалізацію заходів із зазначеної відповідальності, показники оцінювання ефективності заходів з корпоративної соціальної відповідальності;
- 3) за конструкцією показників: абсолютні та відносні;
- 4) за розмірністю: показники, величина яких має розмірність, та безрозмірні;

- 5) за врахуванням динаміки змін: динамічні та статичні;
- 6) за видами корпоративної соціальної відповідальності: показники оцінювання відповідно екологічної, етичної, філантропічної та економічної соціальної відповідальності бізнесу; показники оцінювання інших видів соціальної відповідальності бізнесу (відповідно до обраного способу виокремлення цих видів);
- 7) за проміжком часу, за який обчислюються значення показників: ретроспективні, поточні та прогнозні;
- 8) за особами, яким приносить або буде приносити зиск (ефект) реалізація заходів з корпоративної соціальної відповідальності: показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск власникам підприємств; показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск найманим працівникам підприємств; показники оцінювання тих заходів з корпоративної соціальної відповідальності, які приносять зиск іншим особам та суспільству загалом.

Останній поділ показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності має особливо важливе значення при побудові послідовності визначення пріоритетних напрямів розвитку цієї відповідальності. Ця послідовність повинна передбачати такі етапи дій: формування попереднього переліку заходів з корпоративної соціальної відповідальності; збирання необхідних даних для оцінювання ефективності кожного з цих заходів; встановлення наявних обмежень (насамперед, обмежень ресурсного характеру); визначення ефективності кожного із попередньо запланованих заходів загалом та за особами, що будуть отримувати зиск від реалізації цих заходів; ранжування заходів за рівнем ефективності; виділення тих заходів, які забезпечують: 1) високу ефективність одночасно для усіх осіб; 2) високу або середню ефективність одночасно для усіх осіб; 3) середню ефективність одночасно для усіх осіб; поступове внесення заходів до програми у порядку зниження їхньої ефективності для більшості видів осіб з урахуванням ресурсних обмежень (рис. 1).

Для апробації розроблених теоретико-методичних засад було сформовано вибірку з тридцяти приблизно однакових за розмірами промислових компаній, що розташовані у західному регіоні України, які впродовж 2020–2023 рр. провадили зовнішньоекономічну діяльність (табл. 2).

Було визначено кількість підприємств, які впродовж досліджуваного періоду провадили відповідні заходи з корпоративної соціальної відповідальності, а також на засадах аналізування інформації про підприємства та їхнє зовнішнє середовище було встановлено оціночну кількість підприємств, які могли б провадили відповідні заходи з корпоративної соціальної відповідальності, забезпечуючи високий

Таблиця 1

Групування показників оцінювання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)

Ознаки групування	Назви груп показників	Опис (призначення) показників
За ступенем узагальненості	Часткові	Характеризують окремі напрями КСВ
	Загальні	Характеризують окремі види КСВ
	Узагальнені	Характеризують КСВ у цілому
За предметом оцінювання	Показники оцінювання результативності КСВ	Характеризують результати реалізації заходів з КСВ
	Показники оцінювання витрат на заходи з КСВ	Характеризують витрати (інвестиційні та поточні) на реалізацію заходів з КСВ
	Показники ефективності заходів з КСВ	Характеризують співвідношення між результатами та витратами на заходи з КСВ
За конструкцією	Абсолютні	Результатом розрахунку є абсолютна величина
	Відносні	Результатом розрахунку є відносна величина
За розмірністю	Показники, величина яких має розмірність	Результатом розрахунку виступає величина, яка має розмірність
	Безрозмірні	Результатом розрахунку виступає безрозмірна величина (коефіцієнт)
За врахуванням динаміки змін	Динамічні	При розрахунку беруться дані принаймні за два часові періоди
	Статичні	При розрахунку беруться дані за один часовий період
За видами корпоративної соціальної відповідальності	Показники оцінювання екологічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з екологічної КСВ
	Показники оцінювання етичної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з етичної КСВ
	Показники оцінювання філантропічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з філантропічної КСВ
	Показники оцінювання економічної КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з економічної КСВ
	Показники оцінювання інших видів КСВ	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з інших видів КСВ
За проміжком часу	Ретроспективні	Описують попередні проміжки часу
	Поточні	Описують поточний проміжок часу
	Прогнозні	Описують майбутні проміжки часу
За особами, яким приносить або буде приносити зиск реалізація заходів з КСВ	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск власникам	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск власникам підприємств
	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск персоналу	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск найманим працівникам підприємств
	Показники оцінювання тих заходів з КСВ, які приносять зиск іншим особам та суспільству	Характеризують результати, витрати та ефективність заходів з КСВ, які приносять зиск іншим особам та суспільству загалом

Джерело: складено авторами

та середній рівні ефективності цих заходів для усіх їх потенційних бенефіціарів. Як впливає з даних табл. 2, у значній кількості досліджуваних підприємств існує потенціал щодо реалізації додаткових заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Оцінювання корпоративної соціальної відповідальності потребує використання низки показників, які можуть бути згрупованими за ступенем узагальненості, предметом оцінювання, конструкцією показників, розмірністю, врахуванням динаміки змін

та іншими ознаками. При цьому оцінювання корпоративної соціальної відповідальності є необхідною передумовою встановлення пріоритетних напрямів розвитку цієї відповідальності. Ця послідовність повинна передбачати таку послідовність дій: формування попереднього переліку заходів з корпоративної соціальної відповідальності; збирання необхідних даних для оцінювання ефективності кожного з цих заходів; встановлення наявних обмежень (насамперед, обмежень ресурсного характеру); визначення ефективності кожного із попередньо запланованих

заходів загалом та за особами, що будуть отримувати зиск від реалізації цих заходів; ранжування заходів за рівнем ефективності; виділення тих заходів, які забезпечують: 1) високу ефективність одночасно для усіх осіб; 2) високу або середню ефективність одночасно для усіх осіб; 3) середню ефективність одночасно для усіх осіб; поступове внесення заходів до програми у порядку зниження їхньої ефективності

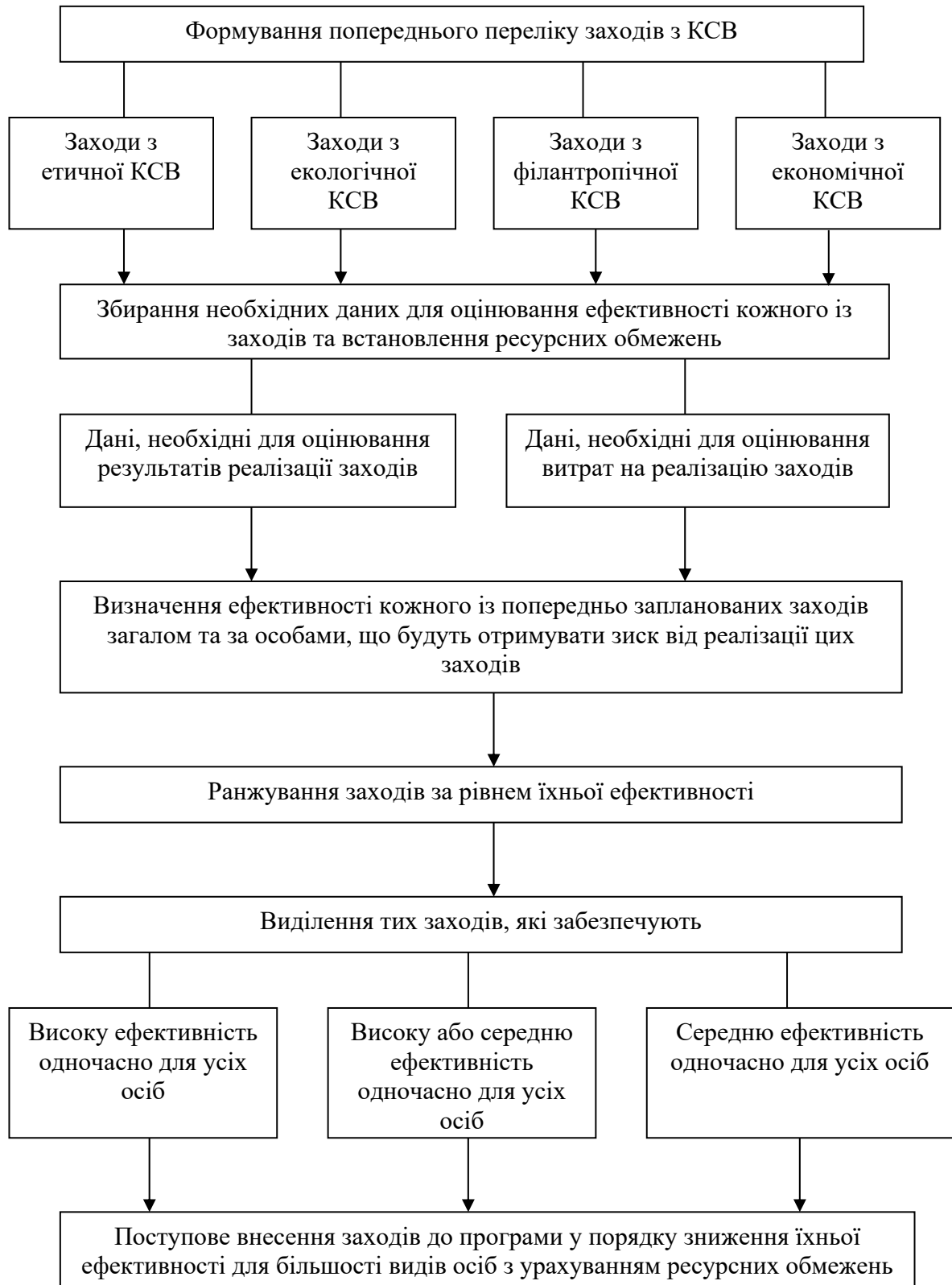


Рис. 1. Послідовність визначення пріоритетних напрямів розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ)  
Джерело: складено авторами

Таблиця 2

**Фактичні та пропоновані показники провадження заходів з корпоративної соціальної відповідальності досліджуваних підприємств**

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

Джерело: складено авторами

для більшості видів осіб з урахуванням ресурсних обмежень. Використовуючи цю послідовність дій на прикладі тридцяти підприємств, які провадять зовнішньоекономічну діяльність, було встановлено, що у значній кількості досліджуваних підприємств існує потенціал щодо реалізації додаткових заходів з корпоративної соціальної відповідальності. Отже, засто-

сування отриманих теоретико-методичних результатів у практиці діяльності підприємств дасть змогу вдосконалити процеси формування та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності. Подальші дослідження потребують формалізації запропонованої послідовності визначення перспективних напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

### Література

1. Баюра Д. Розвиток соціально відповідального корпоративного управління в контексті інтересів стейкхолдерів. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 4. С. 39–44.
2. Березіна О.Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій. *Вісник Української академії банківської справи*. 2012. № 1(32). С. 97–101.
3. Деліні М.М. Індексний метод в оцінці соціально-економічної відповідальності підприємництва: міжнародний та український досвід. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6 (62). С. 63–69.
4. Зінченко О.І., Хімченко А.М. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасні реалії та перспективи розвитку. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 281–286.
5. Ігнатенко М.М. Планування і прогнозування соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки. *Агросвіт*. 2015. № 17. С. 31–37.
6. Кужель В.В. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу на підприємствах агропродовольчої сфери. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 3. С. 98–105.
7. Марчук Л.П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу. *Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки*. 2014. Вип. 5(2). С. 51–56.
8. Надейко М. Оцінювання стану менеджменту соціальної відповідальності за внутрішніми векторами. *Економіка та суспільство*, 2020. № 22. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-27>.
9. Попадюк О., Кравчук І. Оцінка рівня внутрішньої соціальної відповідальності підприємства. *Економічний простір*. 2020. № 180. С. 163–168.
10. Резнік Н.П. Соціальна відповідальність бізнесу у контексті стратегічного розвитку економіки агропродовольчої сфери. *Економічний форум*. 2014. № 3. С. 31–37.

11. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. *Економіка та держава*. 2019. № 7. С. 13–16.
12. Тарасюк Г. М., Лагута Я. М. Організаційні аспекти планування корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 4. С. 35–38.

### References

1. Baiura D. Rozvytok sotsialno vidpovidalnoho korporatyvnoho upravlinnia v konteksti interesiv steikkholderiv. *Ekonomichnyi chasopys Shkhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*. 2017. № 4. S. 39–44.
2. Berezina O. Yu. Kil'kisna otsinka sotsial'noi vidpovidal'nosti korporatsij. *Visnyk Ukrain's'koi akademii bankiv's'koi spravy*. 2012. № 1(32). S. 97–101.
3. Dielini M. M. Indeksnyi metod v otsyntsi sotsialno-ekonomichnoi vidpovidalnosti pidpriemnytstva: mizhnarodnyi ta ukraïnskyi dosvid. *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*. 2017. Vyp. 6 (62). S. 63–69.
4. Zinchenko O. I., Khimchenko A. M. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist v Ukraini: suchasni realii ta perspektyvy rozvytku. *Biznes-inform*. 2013. № 4. S. 281–286.
5. Ihnatenko M. M. Planuvannia i prohnozuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti subiektiv hospodariuvannia ahrarnoi sfery ekonomiky. *Ahrosvit*. 2015. № 17. S. 31–37.
6. Kuzhel V. V. Rehuliatyvni instrumenty posylennia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu na pidpriemstvakh ahroprodovolchoi sfery. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*. 2014. № 3. S. 98–105.
7. Marchuk L. P. Sotsialna vidpovidalnist yak vyznachalna stratehiia rozvytku suchasnoho biznesu. *Naukovyi visnyk Mykolaiivskoho derzhavnogo universytetu imeni V. O. Sukhomlyns'koho. Serii: Ekonomichni nauky*. 2014. Vyp. 5(2). S. 51–56.
8. Nadejko M. Otsiniuvannia stanu menedzhmentu sotsial'noi vidpovidal'nosti za vnutrishnimy vektoramy. *Ekonomika ta suspil'stvo*, 2020. № 22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-27>.
9. Popadiuk O., Kravchuk I. Otsinka rivnia vnutrishn'oi sotsial'noi vidpovidal'nosti pidpriemstva. *Ekonomichnyj prostir*. 2020. № 180. S. 163–168.
10. Reznik N. P. Sotsialna vidpovidalnist biznesu u konteksti stratehichnoho rozvytku ekonomiky ahroprodovolchoi sfery. *Ekonomichnyi forum*. 2014. № 3. S. 31–37.
11. Seliverstova L. S., Losovska N. V. Pidkhody do formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnia sotsialnoiu vidpovidalnistiu biznesu. *Ekonomika ta derzhava*. 2019. № 7. S. 13–16.
12. Tarasiuk H. M., Lahuta Ya. M. Orhanizatsiini aspekty planuvannia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstva. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. 2017. № 4. S. 35–38.