УДК:658.012.32

JEL A130

DOI <https://doi.org/10.17721/tppe.2019.38.4>

Баюра Д.О., д.е.н., професор
Горбатюк Ю.А., магістр
КНУ імені Тараса Шевченка

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «КАРЛСБЕРГ УКРАЇНА»

У статті розглянуто складові системи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) ПрАТ «Карлсберг Україна», проаналізовано ефективність КСВ з використанням методики аналізу індикаторів ефективності заходів КСВ, які дозволяють підвищити ефективність як окремих програм КСВ, так і діяльності підприємства в цілому.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, оцінювання КСВ, соціальна відповідальність бізнесу, заінтересовані сторони.

Постановка проблеми. Запровадження принципів соціальної відповідальності у практику діяльності підприємств передбачає розроблення й реалізацію ефективної стратегії управління підприємством, моніторинг його діяльності, складання корпоративної соціальної звітності. В той же час, кожен суб'єкт зацікавлений в проведенні оцінки ефективності кожного виду діяльності, що він здійснює. Здійснення соціально відповідальної діяльності підприємства також пов'язано із витратами – соціальними витратами, які спрямовані на забезпечення державних соціальних гарантій, передбачених чинним законодавством, задоволення потреб персоналу підприємства, запобігання несприятливого впливу на нього зовнішнього і внутрішнього середовища, фінансування системи державного соціального захисту та благодійність; проведення благочинних заходів, реалізації природоохоронних проектів та виконання інших завдань перед суспільством і територіальними громадами. Отже, підприємство зацікавлене співставити соціальні витрати із певними результатами від реалізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

Питання оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальної діяльності підприємства є важливими також з тих причин, що на її здійснення витрачаються певні додаткові зусилля, які можуть відволікати від вирішення важливих поточних і, нерідко, термінових завдань. Відтак, критично важливим для розвитку КСВ є системний аналіз економічної ефективності програм чи заходів КСВ, що має визначатися як співвідношення витрат – соціальних інвестицій та динаміка показників результативності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженню проблем та особливостей корпоративної соціальної відповідальності та її інструментів присвячені роботи

багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема таких як: Р. Бломстрома, А.Н. Булатова, Ю.В. Войцеховської, Н.Е. Дєєвої, А. Керролла, М.А. Кужелева, Е. Фрімена та ін.

Невирішені частини проблеми. Слід відзначити, що дослідження корпоративної соціальної відповідальності носять розрізнений не завжди системний характер, що на практиці виливається в невірне трактування підприємствами основних цілей програм КСВ, які недостатньо враховують ефективний вплив практик соціальної відповідальності на суспільство, потребують удосконалення методи та показники оцінювання КСВ. Незважаючи на певні позитивні зрушення, досвід становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні свідчить про орієнтацію програм КСВ на досягнення цілей у короткостроковій перспективі, внаслідок чого значні соціальні інвестиції окремих компаній на практиці характеризуються спорадичністю та безсистемністю, нераціональністю вибору напрямів та заходів соціального інвестування.

Мета статті полягає у дослідженні стану корпоративної соціальної відповідальності ПрАТ «Карлсберг Україна» та оцінюванні її економічної ефективності за допомогою методики аналізу індикаторів ефективності заходів КСВ.

Результати дослідження. Діагностування стану управління корпоративною соціальною відповідальністю передбачає проведення його моніторингу на відповідність досягнення певних показників сталого розвитку підприємств корпоративного типу. «Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності є складовою управління організацією у формі структурно-інформаційного комплексу для спеціально організованого спостереження, збору, оцінки та аналізу даних щодо факторів впливу, стану, бюджетування та тенденцій розвитку соціально відповідальної діяльності організації з метою забезпечення збалансованого розвитку за допомогою підтримки допустимого рівня ризиків» [6, с. 296].

Враховуючи об'єктивні процеси розвитку економіки України та системи корпоративного управління на основі відповідальності та якості, актуальними питаннями є формування корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємств корпоративного типу [1, с. 60].

Для діагностування стану управління корпоративною соціальною відповідальністю на підприємстві Carlsberg Ukraine проаналізовано останні його Звіти зі сталого розвитку.

Соціальна активність Carlsberg Ukraine базується на стратегії відкритості та прозорості, а також охоплює вісім напрямків, зокрема навколишнє середовище, відповідальне споживання, турбота про суспільство, маркетингові комунікації, трудові права і права людини, охорона здоров'я і техніка безпеки, бізнес-етика, управління постачанням.

Шість з них підкріплюються затвердженою Політикою корпоративної соціальної відповідальності на рівні підприємства (рис.1.).

Рис.1. Складові елементи Політики КСВ Carlsberg Ukraine

Джерело: побудовано автором на основі [3].

Ділова етика. Для Carlsberg Україна етичний підхід до бізнесу – це запорука довготривалої та успішної роботи. Тому компанія приділяє багато уваги підвищенню рівня етичності своїх бізнес-практик, а також інформування співробітників про міжнародні стандарти ведення бізнесу [7].

Заходи, які проводяться для впровадження «Політики з ділової етики»:

- проводяться відповідні тренінги для співробітників компанії;
- дана політика включена в «Адаптаційний курс», який обов'язковий для всіх нових співробітників;
- політика по діловій етиці ретельно дотримується і при оформленні на роботу в дану компанію. Порухення принципів Політики може розглядатися як підстава для звільнення (в рамках, передбачених законодавством);
- дотримання ділової етики було включено в систему і процедуру оцінки ефективності менеджменту компанії (у 2013 році був проведений аудит по діловій етиці, за результатами якого компанія отримала позитивну оцінку);
- на всіх 3-х виробничих структурних підрозділах компанії розміщені плакати, які додатково візуально нагадують всім співробітникам про необхідність дотримуватися основних принципів ділової етики в щоденній роботі.

Основні положення Політики з ділової етики регулюють напрями, які наведені у таблиці 1.

Таблиця 1.

Положення Політики з ділової етики ПрАТ «Карлсберг Україна»

№	Напрями	Заходи з реалізації політики ділової етики
1.	Хабарництво	Співробітники компанії не повинні приймати, ані пропонувати хабарі в будь-якому вигляді
2.	Платежі за спрощення формальностей	Компанія не схвалює практику проведення платежів для прискорення вирішення питань
3.	Подарунки, частування та розваги	Повинні бути доречними і не виходити за рамки бізнесу
4.	Пожертвування	Співробітники компанії не повинні робити політичні контрибуції або використовувати пожертвування, щоб отримати неналежне ділові переваги
5.	Конфлікт інтересів	Співробітники компанії не повинні займатися видами діяльності, які могли б створити конфлікт між їх особистими інтересами і діловими інтересами
6.	Конфіденційна інформація	Співробітники компанії не повинні розголошувати конфіденційну інформацію
7.	Конкурентне право	Співробітники компанії повинні забезпечити відповідність ділових практик Carlsberg Ukraine правилам чесної конкуренції
8.	Шахрайство	Співробітники не повинні використовувати активи або ресурси компанії в особистих цілях

Джерело: складено автором за даними [3, с. 29].

Захист навколишнього середовища. В галузі охорони навколишнього середовища компанія зосереджена на таких напрямках:

- «енергія і контроль над викидами вуглекислого газу;
- бережливе виробництво, важливою частиною якого є TPM (Total Productive Maintenance - ефективне обслуговування обладнання). Завдання даної програми - зробити роботу обладнання більш надійної та енергоефективної, усунути можливість травматизму і постійно розвивати професійну майстерність персоналу;
- раціональна упаковка. У 2012 р було розроблено стратегію щодо екологізації упаковки. Компанія працює над створенням нового підходу до упаковки, зменшуючи кількість пакувальних матеріалів, і сприяючи їх повторному використанню і переробці, а також введення стандартів щодо зменшення викиду вуглекислого газу;
- енергоефективність. У компанії Carlsberg Ukraine розроблено та впроваджено цілий ряд проектів, які об'єднує спільний підхід: енергоефективність. Такий підхід дозволяє створити найкращий продукт при найменших витратах води та інших ресурсів;
- очисні споруди та біогазова установка;
- оборотна тара» [3, с. 16].

Охорона праці. Система охорони праці – частина інтегрованої системи управління Carlsberg Ukraine спрямована на попередження нещасних випадків, професійних захворювань та забезпечення безпеки третіх осіб.

Компанія розробила внутрішні стандарти та обов'язкові вимоги з охорони праці, які відповідають вимогам законодавства України та вимогам міжнародних стандартів, таких як OHSAS 18001. Одночасно з наявністю правил, правильних процедур і технічного оснащення підприємств, компанія намагається змінити спосіб мислення і поведінки персоналу, тобто проводиться робота над створенням належних навичок і культури серед співробітників.

При виникненні нещасного випадку в терміновому порядку проводиться розслідування, а всі обставини негайно доводяться до відома співробітників на підприємствах з метою попередження виникнення подібних випадків у подальшому [3, с. 27].

Трудові права та права людини. Політика з персоналу та прав людини Carlsberg Ukraine гарантує єдині умови праці для всіх співробітників компанії незалежно від регіону (табл.2).

Таблиця 1.
Принципи Політики трудових прав ПрАТ «Карлсберг Україна»

№	Принцип	Діяльність компанії
1.	Відсутність дискримінації	Будь-які форми дискримінації співробітників компанії залежно від раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних або інших переконань, власності, національного або соціального походження, народження, участі в об'єднаннях, сексуальної орієнтації, стану здоров'я, віку, інвалідності або інших характеристик є неприйнятними
2.	Заборона будь-якої примусової роботи	У компанії забороняється будь-яка форма примусової праці, в т. ч. працю в рахунок погашення боргових зобов'язань, а також в рахунок оплати професійного навчання, рабська праця або торгівля людьми
3.	Заборона на використання дитячої праці	У компанії ні за яких обставин не допускається використання дитячої праці. Мінімальний вік для роботи в компанії на умовах повного робочого дня становить 18 років
4.	Свобода об'єднань і колективної винагороди	Компанія поважає право співробітників створювати, вступати чи не вступати до профспілки або іншу організацію, діяльність якої спрямована на захист професійних інтересів. У Карлсберг Україна діє Профспілка, яка націлена не тільки на захист прав, надання юридичної та фінансової підтримки співробітникам, але і на організацію оздоровчо-розважальних заходів
5.	Відсутність домагань	Компанія захищає своїх співробітників від будь-якого фізичного, словесного, сексуального чи психологічного домагання, насильства чи погроз на робочому місці як з боку колег, так і з боку керівників
6.	Нормування робочого часу	Компанія дотримується норм робочого часу і понаднормових робіт згідно чинного законодавства України
7.	Гарантія відпочинку	Компанія гарантує всім співробітникам право на оформлення лікарняного листа, щорічної відпустки, а також відпустки, яка гарантується законом, в т. ч. по догляду за новонародженим або усиновленою дитиною.

Джерело: складено автором за даними [3, с. 30].

Додаткові діючі заходи підтримки співробітників в Карлсберг Україна полягають у підвищенні мотивації, інвестування у розвиток людського капіталу, наприклад:

- Пільги і компенсації:

- безкоштовна добровільна медична страховка (ДМС) всіх штатних співробітників, що пройшли випробувальний термін. Стандартний пакет ДМС включає також і опцію «ведення вагітності та пологів»;

- харчування співробітників. На кожному заводі організована їдальня. Також передбачена доплата на харчування робітникам і спеціалістам, яка дозволяє компенсувати 80-90% від вартості обіду;

- кожен співробітник компанії має можливість брати участь у конкурсі на вакансії, які відкриваються в різних містах України, де компанія веде бізнес. У зв'язку з цим у багатьох співробітників виникає необхідність переїзду в інше місто, що пов'язано з додатковими витратами і необхідністю орендувати житло. Щоб підтримати співробітника, компанія виплачує одноразову грошову компенсацію в розмірі 1,5 окладу, а також протягом 3-х років доплачує за оренду житла.

- Розвиток персоналу:

- в компанії розроблений пакет тренінгів та навчальних програм - як внутрішніх, коли тренерами виступають самі співробітники, так і зовнішніх - із залученням кращих тренінгових агентств Європи. Основні напрямки: лідерські та комунікативні якості, особистісна ефективність, а також професійні навички. У середньому за 2012 рік на одного співробітника було відведено більше 12 годин навчання, в 2013 р - 23 години. Спостерігається зростання кількості годин відведених на навчання персоналу протягом 2014-2018 рр.

Крім цього, в компанії створені умови і для самостійного навчання. Для цього в загальному доступі знаходиться бібліотека бізнес-літератури, 35 електронних курсів і English Speaking Club - розмовний клуб для всіх бажаючих.

У 2011 році в Carlsberg Ukraine стартувала оплачувана корпоративна програма стажувань Grow Faster, завдяки якій студенти 4-5 курсів та молоді спеціалісти можуть отримати безцінний досвід роботи у великій міжнародній компанії і професійні знання.

У компанії проходить програма навчання STAGE- Show Talent and Get Employed «Прояви талант і зроби кар'єру», яка спрямована на розвиток професійної команди майбутніх управлінців функцій виробництва та логістики. В рамках програми співробітники мають можливість отримати необхідні для кар'єрного зростання знання та досвід, а найкращі учасники проекту - зайняти місця управлінців середнього рівня.

У 2013 році був запущений стипендіальний проект Young Talents. Мета проекту полягає у наданні можливості кращим студентам провідних вузів Києва, Запоріжжя та Львова пройти відбіркові конкурси та співбесіди і стати володарем стипендії від компанії [3, с. 30]. Аналіз засвідчив, що у 2015-2018 рр. постійно зростає кількість студентів закладів вищої освіти, що проходять виробничі та науково-дослідні практики.

Процес оцінки рівня та ефективності застосування КСВ на підприємстві доцільно починати з діагностики раціональності корпоративного управління.

Розробка інструментарію оцінювання економічних результатів заходів КСВ, спроможного виявити залежність між обсягами й напрямками соціальних інвестицій та показниками економічної ефективності діяльності підприємства дозволить підвищити ефективність як окремих програм КСВ, так і діяльності підприємства в цілому. Метою даної методики є розробка алгоритму аналізу впливу заходів КСВ на ефективність фінансово-господарської діяльності та скеровано на досягнення таких цілей:

- розробка інструментарію оцінки ефективності як загальних програм КСВ, так і окремих видів соціальних інвестицій;
- створення механізмів мотивації бізнесу до поширення соціально-відповідальних ініціатив;
- розробка рекомендацій щодо переходу від суто витратних форм КСВ до оптимізації політики соціального інвестування та соціальної відповідальності, що повинна стати основою формування конкурентних переваг [4, с.6].

Організаційна модель корпоративного управління залежить від сукупності інституційних чинників, які поділяються на внутрішні та зовнішні (табл. 3.).

Таблиця 3.

Інституціональні фактори впливу на модель корпоративного управління

Вид інституціональних факторів	Інституціональний фактор	Інститут	Економічний рівень
Зовнішні	Державне регулювання корпоративного управління	Держава як регулятор корпоративних відносин	Макрорівень
	Законодавче регулювання корпоративного управління	Законодавча (правова) система	
	Розвиненість фондового ринку Вид контролю	Фондовий ринок	
	Асиметрія інформації	Податкова систем, системи обліку та аудиту, судова система	
Внутрішні	Вагомість органів управління	Органі управління	Мікрорівень
	Відстоювання інтересів певної групи учасників управління	Акціонери і афілійовані особи	Мезорівень
		Інвестори	
	Структура акціонерного капіталу	Держава як власник корпоративних прав	Макрорівень
		Власність і її структура	Мезорівень

Джерело: складено автором за даними [2].

Визначення взаємозв'язку між обсягами соціальних інвестицій та підсумковими результатами ефективності діяльності підприємства не завжди піддається прямій кореляції, тому у методиці матриці аналізу індикаторів ефективності заходів КСВ пропонується розглядати як індикатори ефективності CI у соціальній, екологічній та

економічній сферах, з подальшим узагальненням цих результатів. Таким чином, методика будується на визначенні залежності між обсягами соціальних інвестицій (витратами) та підсумковими показниками ділової активності діяльності підприємства з конкретизацією впливу заходів КСВ на зміну проміжних показників результативності [4, с. 9].

Для аналізу економічної ефективності корпоративної соціальної відповідальності було обрано ПрАТ «Карлсберг Україна», оскільки воно є частиною Carlsberg Group, однієї з провідних пивоварних груп у світі з великим портфелем брендів пива та інших напоїв, та заходи з КСВ у ній проводяться відкрито та у великій кількості (табл.4).

Таблиця 4

Показники ефективності заходів КСВ
ПрАТ «Карлсберг Україна»

№	Показник	Формула	Пояснення	Значення, 2017 рік	Значення, 2018 рік	Приріст
1.	Коефіцієнт співвідношення загального обсягу прибутку та соціальних інвестицій ($CI_{\text{ЗОПриб}}$)	$\frac{CI}{\text{ЗОПриб}} \times 100\%$	ЗОПриб – загальний обсяг прибутку до оподаткування; CI – обсяг соціальних інвестицій	0,0433 (4,33%)	0,0453 (4,53%)	+0,2%
2.	Коефіцієнт впливу CI на підвищення обсягів реалізації продукції ($K_{\text{ор}}$)	$\frac{\Delta OP_m}{\sum_{i=1}^n CI_m} \times 100\%$	ΔOP_m – зміна обсягів реалізації продукції за час реалізації CI упродовж періоду	0,1003 (10,03%)	0,1011 (10,11%)	+0,08%
3.	Коефіцієнт впливу CI на збільшення кількості клієнтів ($K_{\text{л}}$)	$\frac{\Delta K_m}{\Delta CI_m} \times 100\%$	ΔK_m – приріст чисельності клієнтів за період реалізації заходів КСВ; ΔCI_m – приріст витрат на заходи КСВ у періоді	5,57	6,48	+0,91

Джерело: розраховано та складено автором за даними [4, 5].

Порівнюючи динаміку коефіцієнта співвідношення загального обсягу прибутку та соціальних інвестицій ($CI_{\text{ЗОПриб}}$) за 2017-2018 роки у співставленні із сумою соціальних інвестицій CI , можна виявити збільшення суми відрахувань на соціальні заходи та її позитивну динаміку, а також підвищення даного коефіцієнта, що свідчить про збільшення відрахувань на соціальні заходи на 0,2%, порівняно з попереднім роком.

Коефіцієнт впливу CI на підвищення обсягів реалізації продукції ($K_{\text{ор}}$) показує позитивний вплив соціальних інвестицій на зростання обсягів реалізації продукції, а саме на 0,08% у 2018 році порівняно з 2017 роком.

Отже, аналізуючи динаміку коефіцієнта впливу СІ на збільшення кількості клієнтів (K_n), можна зробити висновок, що впровадження заходів КСВ та інвестування у соціальні заходи у 2018 році на кожні 1000 грн. інвестицій збільшує на 6 осіб кількість клієнтів, що на 1 людину більше, порівняно з попереднім роком.

Висновки. Отже, стратегія розвитку компанії Carlsberg Ukraine заснована на загальноприйнятих принципах успішного економічного існування компаній, одним з яких виступає корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Компанія веде чесний та прозорий бізнес, будує лояльні відносини з суспільством, проявляє турботу про навколишнє середовище. В основі цієї стратегії – розуміння, що підприємство працює у сучасному відкритому суспільстві і гармонізація відносин з навколишнім соціальним середовищем – запорука успішної та стабільної роботи.

Результат узагальнюючої оцінки ефективності заходів КСВ ПрАТ «Карлсберг Україна» дозволяє виявити причини створених тенденцій соціальної відповідальності з боку підприємства та органів управління. Ефективне використання інвестиційних ресурсів на заходи з КСВ опосередковано позначається на зростанні доходу компанії, а також зменшення плинності кадрів та розвиває соціальний діалог із усіма стейкхолдерами.

Література

1. Баюра Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність як складова підвищення ефективності / Д. О. Баюра // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2009. - Вип. 113-114. - С. 60-63.
2. Буян О.А. Підходи до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні / О.А. Буян // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. – Вип. 6(2). – С. 159-165.
3. Звіт зі сталого розвитку CarlsbergUkraine / [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://carlsbergukraine.com/media/12803/sustainability-report_final1.pdf
4. Методичні рекомендації щодо оцінки ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності / Ушакова Н.М., Супрун Н.А., Данилюк А.В. // За загальною редакцією Супрун Н.А., Ушакової Н.М.. – К., 2013. – 22 с.
5. Офіційний сайт компанії CarlsbergUkraine [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://carlsbergukraine.com/>
6. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О.А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. — К. : КНЕУ, 2015. – 519 с.
7. Carlsberg Ukraine вдосконалюється у напрямку бізнес-етики / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/news/carlsberg-ukraine>

References

1. Bayura D.O. Korporativna sotsial'na vidpovidal'nist' yak skladova pidvyshchennya efektyvnosti (2009) / D.O. Bayura // Vol. 113-114, pp. 60-63.
2. Buyan O.A. Pidkhody do otsinky efektyvnosti korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryyemstv v Ukraini (2012) / O.A. Buyan // Vol. 6(2), pp. 159-165.
3. Zvit zi staloho rozvytku Carlsberg Ukraine, available at: https://carlsbergukraine.com/media/12803/sustainability-report_final1.pdf
4. Metodichni rekomendatsiyi shchodo otsinky efektyvnosti zakhodiv korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti (2013) / Ushakova N.M., Suprun N.A., Danylyuk A.V. // pp. 22 c.
5. Official site of the company Carlsberg Ukraine, available at: <http://carlsbergukraine.com/>

6. Sotsial'na vidpovidal'nist' (2015) / A.M. Kolot, O.A. Hrishnova, O.O. Herasymenko, P. 519.
7. Carlsberg Ukraine vdoskonalyuyet'sya u napryamku biznes-etyky, available at:
<http://csr-ua.info/csr-ukraine/news/carlsberg-ukraine>

Баюра Д.О., д.э.н., профессор
Горбатюк Ю.А., магистр
КНУ имени Тараса Шевченко

«ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ЧАО «КАРЛСБЕРГ УКРАИНА»

В статье рассмотрены составляющие системы корпоративной социальной ответственности (КСО) ЧАО «КАРЛСБЕРГ УКРАИНА», проанализирована эффективность КСО с помощью методики анализа индикаторов эффективности мероприятий КСО, которая позволит повысить эффективность как отдельных программ КСО, так и деятельности предприятия в целом.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, оценка КСО, социальная ответственность бизнеса, заинтересованные стороны.

D. Baiura, Dr. of economics, Professor
Y. Horbatiuk, Master student
Taras Shevchenko National University of Kyiv

«EVALUATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT LEVEL ON THE EXAMPLE OF JSC «CARLSBERG UKRAINE»

Corporate social responsibility (CSR) includes not only a variety of theories but also a number of controversial and difficult approaches. It has become an essential element of the business world over the last two decades. As a result, cooperation between business and society has strengthened. Earlier, enterprises were mostly concerned with economic results of their activities; today, on the contrary, enterprises have to consider ethical, moral, ecological and social consequences of their work. CSR and maintaining high ethical standards are not optional but compulsory for all enterprises. There exists a certain influence of a private sector on workforce, consumers, society, environment, business opponents, investors, stockholders and other interest groups.

This article is devoted to methodological approaches for determining the influence of stakeholders on the functioning of enterprises and ensuring the level of corporate social responsibility. Based on our research, key stakeholders groups were identified for corporate social responsibility for individual enterprises and organizations, as well as their impact on shaping various aspects of corporate social responsibility for these groups. The research was based on the use of a stakeholder the matrix, which is used to display and identify key stakeholders in corporate social responsibility and to determine the levels of corporate social responsibility for specific groups.

The process of globalization has intensified, competition has grown all over the world. The tendency of companies to be socially responsible and gaining competitive advantage is becoming an important factor for corporate social responsibility practices. Today there is a strong link between strategic management and CSR. Consequently, the concept of CSR becomes a part of the strategy of each modern company.

CSR acts as the main principle of the company's activities, which is applied on a permanent basis in relations with the interested parties. At the moment, it should be associated with the system of strategic and corporate governance, which includes nonfinancial risk management, social investment, and stakeholder relations. Without such a strategic management tool as CSR, it will be difficult for business to stay ahead of the business and form a complete business model that is fully responsive to challenges of time.

The purpose of the article is to study the methodological approaches for assessing corporate social responsibility and provide recommendations for their improvement. In the field of the study was also the impact of the strategy of corporate social policy on the activities of enterprises, as well as determining the factors and ways to increase the efficiency of the enterprise through the introduction of an integrated management system, taking into account CSR.

CSR may turn into one of the most efficient instruments for practical realization of the stakeholder theory. Stakeholders provide organizations with necessary resources for achieving their business goals, influence corporate activity and productivity of enterprises. As a result of their relationships with these organizations, the stakeholders win or lose.

Key words: *corporate social responsibility, CSR evaluation, business social responsibility, stakeholders.*