

Н.Л. Кусик,

*к.е.н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*

А.В. Ковалевська,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств міського
господарства Харківської національної академії міського господарства*

**Критичний аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної
діяльності підприємства**

*Стаття присвячена аналізу існуючих методів оцінки ефективності
соціально відповідальної діяльності підприємства та розробці рекомендацій
щодо удосконалення методичного підходу такої оцінки.*

Н.Л. Кусик,

*к.э.н., доцент, заведующая кафедрой бухгалтерского учета, анализа и
аудита Одесского национального университета имени И.И. Мечникова*

А.В. Ковалевская,

*к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики предприятий городского
хозяйства Харьковской национальной академии городского хозяйства*

**Критический анализ методов оценки эффективности социально
ответственной деятельности предприятия**

*Статья посвящена анализу существующих методов оценки
эффективности социально ответственной деятельности предприятия и
разработке рекомендаций по усовершенствованию методического подхода
такой оценки.*

N. Kusyк

*Ph(D), Associate professor, Head of Department of Accounting, Analysis and
Audit Odessa National I.I. Mechnikov University*

A. Kovalevskaya

Ph(D), Associate professor, Associate Professor of Department of Economics of

Critical analysis of evaluation methods of social responsibility activity of company

This article analyzes the existing methods for evaluating the effectiveness of social responsibility of the company's activity and the development of recommendations to improve the methodological approach of this assessment.

Ключові слова

Соціально відповідальна діяльність, напрямки, ефективність, методи оцінки, показники.

Постановка проблеми

Актуальною та значущою тенденцією сучасності можна вважати намагання побудувати взаємні партнерські стосунки між багатьма елементами економічного середовища, що вимагає узгодження їхніх інтересів, врахування власних цілей та спрямування зусиль на досягнення сформульованої єдиної мети. Вирішення даного завдання безпосередньо відбувається за рахунок формування і реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка надає нового змісту ролі бізнесу в вирішенні соціальних питань, усвідомленні можливих наслідків кожного управлінського рішення на життя та добробут суспільства. Соціально відповідальна діяльність підприємства стає основою його ефективного функціонування та розвитку в майбутньому. Така діяльність вимагає соціальних інвестицій спрямованих на здійснення конкретних заходів – благочинності, філантропії, охорони здоров'я, природоохоронних проєктів, навчання і підвищення кваліфікації персоналу, розвитку місцевих громад, в тому числі дітей, молоді, людей похилого віку, пожертви, волонтерські роботи тощо. До соціальних інвестицій не можна ставитися як до марнотратства. Вони приносять певні соціальні, економічні та іміджеві результати, які складно, але необхідно виміряти. Таким чином, актуальним питанням є аналіз методів вимірювання результатів соціальних заходів з метою визначення ефективності соціально відповідальної діяльності

підприємства задля розробки стратегії розвитку на майбутній період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Все більша кількість фахових наукових робіт звертається до питань КСВ. Протягом останніх декількох років з'явилися навчальні посібники та підручники, серед яких можна відзначити вітчизняних авторів О.П. Гоголя, І.П. Кудінова «Соціальна відповідальність бізнесу» [2], посібник із КСВ колективу авторів О. Лазаренко, Р. Колишко, С. Куц, С. Летенко [10], лекційний курс «Управлінські аспекти соціальної роботи» складений авторським колективом під редакцією М.Ф. Головатого [12], М.А. Саприкіна, О.М. Ляшенко, М.А. Саєнсус, Г.А. Місько, А.Г. Зінченко, О.С. Редькін «Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика» [5]. Не вщухає дискусія на сторінках фахових наукових журналів і видань стосовно змісту і сутності КСВ, моделей КСВ, управлінських аспектів даною діяльністю тощо. В тому числі слід відзначити авторів, які досліджують аспекти оцінки ефективності КСВ: О. Ворона [1], Н. Ненашев [8], Н. Огороднікова [9], Т. Черната та Т. Гороховата [13] та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми

Наявність великої кількості публікації щодо проведення оцінки ефективності КСВ підприємства не надає відповіді стосовно питання, який же метод чи методичний підхід є більш доцільним, раціональним і застосовуваним. Що вимагає критичного осмислення існуючих методів і розробки практичних рекомендацій для підприємств, які проводять соціально відповідальну діяльність і стейкхолдерів, які зацікавлені не лише в розвитку певного підприємства, а і досягнення власних цілей.

Формулювання цілей статті

Метою статті є проведення критичного аналізу методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. Вирішення такої мети дозволить обґрунтувати напрямки удосконалення методичного підходу оцінки КСВ підприємства задля підвищення рівня управління діяльністю підприємства і досягнення стратегічних цілей розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження

Досліджуючи різноманітні методики оцінки ефективності соціально-відповідальної активності підприємств можна стверджувати, що велика кількість фахівців віддають перевагу оцінці за напрямками КСВ. Так, в роботі Т.М. Литвиненко відзначено, що «соціальна відповідальність вимірюються низкою показників, які пов'язані з основними напрямками діяльності підприємства в цьому контексті» [7]. Надалі автор роботи відзначає такі напрями соціально відповідальної діяльності як: розвиток персоналу; охорона здоров'я та безпечні умови праці; соціально-відповідальна реструктуризація; природоохоронна діяльність та ресурсозберігання; розвиток місцевих громад; добросовісна ділова практика. Для кожного напрямку представлено показники, що оцінюють ефективність здійснення певної діяльності.

Схожої думки Н. Ненашев [8], який також вважає за необхідне проводити внутрішню і зовнішню оцінку ефективності соціальних програм за аналогічними напрямками. При цьому кількість показників за кожним напрямком різниться та різниться їх зміст.

Аналогічний підхід представлено в роботі О.В. Ворони [1]. Автор відзначає, що для оцінки ефективності соціально-відповідальної діяльності слід використовувати систему кількісних та якісних показників. При цьому система таких показників формується за напрямками соціально відповідальної діяльності підприємства. Так, автор показує, що доцільно виділити чотири основних напрями: персонал, бізнес, суспільство та імідж. Для кожного напрямку слід оцінювати показники витрат на здійснення соціальної діяльності, які є кількісними показниками, та якісні показники результатів діяльності за кожним напрямком.

Формування системи показників оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності за окремими напрямками також представлено в роботах Є.Г. Левицької [6] та Ю. Саєнко [11]. Всі наведені роботи спрямовані на обрання напрямів діяльності підприємства в сфері соціальної активності,

відстеження дотримання підприємством основних принципів КСВ на основі певних показників. Такі показники є різномірними – вартісні та натуральні, абсолютні та відносні – що унеможлиблює проведення об'єктивної оцінки ефективності КСВ діяльності серед групи підприємств. В наведених працях можна зустріти такі показники, які використовуються під час оцінки ефективності КСВ за напрямками, як: витратні (тобто оцінюють рівень витрат на певні соціальні заходи, наприклад, середній рівень заробітної плати персоналу, розмір штрафних санкцій антимонопольного комітету, обсяг коштів, що виділені на спонсорування культурних проєктів тощо), результативні (тобто оцінюють ефект від здійснення соціального заходу, наприклад, кількість створених нових робочих місць, кількість робітників-інвалідів, кількість проведених програм співпраці тощо); структурні (тобто оцінюють зміну структури певного ресурсу, наприклад, коефіцієнт стабільності персоналу, вікової структури персоналу, коефіцієнт інноваційної активності тощо), ефективні (тобто оцінюють співвіднесення результату і витрат).

Не можна обійти осторонь методику оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства, що розроблена Асоціацією менеджерів Росії при підтримці Програми розвитку ООН [1], [3]. Ця методика спрямована на визначення ефективності соціальних інвестицій підприємства шляхом розрахунку кількісних та якісних показників (табл. 1).

Така методика оцінки може бути застосована для оцінки соціальної відповідальності будь-яких підприємств певної галузі, чи певного виду діяльності. Вона потребує порівняння підприємств, для яких характерний однаковий набір ознак, який важливий для кожного підприємства.

На наш погляд, дана методика в більшому ступені може бути застосована для побудови рейтингу серед підприємств, що займаються соціально відповідальною діяльністю. Її використання, в більшому ступені, доцільно певними агенціями, державними управлінськими структурами, інституціями місцевого самоврядування з метою обрання партнерів для

здійснення соціальних проектів, інформування населення (мешканців країни чи певного регіону, міста) стосовно відповідальних/безвідповідальних підприємств.

Таблиця 1

Методика кількісної і якісної оцінки КСВ підприємства

Кількісні показники	Якісні показники
<p>Індекс питомих соціальних інвестицій (ІІ) – представляє собою величину соціальних інвестицій обстежених компаній, що припадає на одного працівника (в грошових одиницях):</p> $II = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n L_i},$ <p>де C_i - обсяг соціального інвестування i-ої компанії (включаючи і добровільні, і обов'язкові витрати на соціальні програми); L_i - середньоспискова чисельність працівників i-ої компанії; n - число компаній, що беруть участь в обстеженні.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для i-го підприємства (ІК_{<i>i</i>}) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100 \%,$ <p>де X_{ij} - булева змінна, що приймає значення 1, коли j-а ознака має місце у i-ої компанії; та дорівнює 0, якщо ознака відсутня; m - кількість ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компанії, що бере участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх продажів (ІS), що вимірюється в відсотках:</p> $IS = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \times 100 \%,$ <p>де S_i - обсяг продажу i-ої компанії.</p>	<p>Якісний індекс соціальних інвестицій для j-ої ознаки (ІК_{<i>j</i>}) показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці підприємства, %:</p> $IK_j = \left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{ij} \right) \times 100 \%,$ <p>де n - кількість компаній, що беруть участь у дослідженні.</p>
<p>Частка соціальних інвестицій обстежених компаній у сумарному обсязі їхніх прибутків до оподаткування (ІР), що вимірюється в відсотках:</p> $IP = \frac{\sum_{i=1}^n C_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \times 100 \%$ <p>де P_i - обсяг прибутків до оподаткування i-ої компанії.</p>	<p>Загальний якісний індекс соціальних інвестицій (ІК) показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, %:</p> $IK = \left(\frac{1}{n \times m} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100 \% .$

З позиції окремого підприємства дана методика оцінки може бути використана задля виявлення відповідних «вузьких місць», тобто того, що є для компаній найбільшою проблемою. В тому числі, в процесі проведення оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, як складовий елемент оцінки.

Для оцінки ефективності реалізації соціально відповідальної діяльності підприємства Ф.І. Євдокімов та М.В. Губська пропонують розраховувати показник конкурентоспроможності підприємства ($K_{п}$), який відповідає стандартам соціальної відповідальності [3]:

$$K_{п} = \prod_{i=1}^n g_i I_t^{\alpha} I_e^{\beta} I_c^{\gamma}, \quad (1)$$

де $I_t^{\alpha}, I_e^{\beta}, I_c^{\gamma}$ - відповідно індекси технічних, економічних і соціальних показників підприємства відносно конкурента, частка од.;

α, β, γ - коефіцієнти еластичності, які визначаються за даними статистики реалізації конкретного товару підприємства;

n - кількість регламентованих параметрів, обумовлених нормативними документами;

g_i - булева змінна, яка набуває значення «1» при виконанні обумовленого нормативу та «0» - у протилежному випадку.

Доходимо висновку, що проведення оцінки рівня ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства в певних випадках безумовно пов'язано із забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємства задля можливості впливу на ринкові процеси, отримання переваги в конкурентній боротьбі за споживачів, постачальників, ринки збуту.

В роботі [4] представлено методику оцінки рівня соціальної відповідальності підприємства шляхом розрахунку інтегрального показника

та побудови «пелюсткової» діаграми на основі бальної оцінки часткових критеріїв. Інтегральний показник розраховується за формулою:

$$I = \frac{K_{b1} \times K_{b2} + K_{b2} \times K_{b3} + \dots + K_{bi} \times K_{bi}}{i}, \quad (2)$$

де K_{bi} - бальна оцінка i -го часткового показника;

i - кількість часткових показників.

Значення інтегрального показника рівня соціальної відповідальності підприємства може коливатися в межах від 0 до 1 (значення еталонного підприємства).

Слід зауважити, що представлена методика базується на суб'єктивних методах оцінки часткових показників, яким присвоюється відповідне бальне значення. Задля підвищення її об'єктивності доцільно було б скористатися експертною групою фахівців, що виконують оцінку, та проведення процедури оцінки узгодженості думок експертів (наприклад, шляхом розрахунку коефіцієнту конкордації), визначення середнього зваженого балу оцінки ефективності певного часткового показника.

В роботі Н.М. Шмиголь представлено модель оцінки ефективності соціальних інвестицій та корпоративної соціальної відповідальності, що розроблена вченими «Інституту економіки міста» і представляє собою розрахунок комплексного показника (індексу) [14].

Цей підхід засновано на тому, що відомості про витрати на корпоративні соціальні програми, не дають змогу коректно порівнювати компанії між собою. У зв'язку із цим дослідники поставили мету створити розрахункові індекси, які вимірюються у відносних одиницях (балах або відсотках), за допомогою яких організація може побачити своє місце серед інших компаній галузі при цьому комплексний індекс (КІ) повинен враховувати дві складові КСВ: 1) сплату податків, інвестиції та 2) добродійність і соціальне інвестування.

Комплексний індекс розраховується:

$$KI_i = \frac{T_i + CE_i + SE_i}{TOC_i}, \quad (3)$$

де KI_i - комплексний індекс i -тої компанії ($i = 1, 2, \dots, n$);

T_i - виплачені податки;

CE_i - інвестиції в основний капітал;

SE_i - соціальні видатки;

TOC_i - поточні витрати виробничого призначення.

Даний індекс враховує, що високий обсяг сплачених податків не завжди свідчить про високий рівень соціальної відповідальності. Іноді економія на податках може бути позитивним фактором соціально-економічного розвитку, якщо такі інвестиції допомагають здійснити модернізацію, позитивно впливають на умови праці персоналу, екологію, майбутні платежі. Таким чином, комплексний індекс КСВ, розроблений вченими «Інституту економіки міста», є моделлю, що узагальнює параметри, пов'язані з податковою, інвестиційною й соціальною політикою фірми.

Поряд із комплексним індексом доцільно розрахувати також індикатор перспективного розвитку - відношення суми соціального інвестування та інвестицій в основний капітал до величини чистого прибутку:

$$IP_i = \frac{CE_i + SE_i}{NE_i}, \quad (4)$$

де IP_i - індикатор перспективного розвитку;

NE_i - чистий прибуток підприємства.

Ще одним показником вказаної моделі є індикатор соціальних видатків - відношення обсягу соціальних видатків, зроблених підприємством протягом звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в цьому ж періоді:

$$ICBi = \frac{SEi}{NEi}, \quad (5)$$

де $ICBi$ - індикатор соціальних видатків підприємства.

У міжнародній практиці нормальним явищем вважається, коли компанії виділяють на соціальні програми близько 1% прибутку. Акціонери стежать за тим, щоб добродійність не стала надмірною, тому що це може негативно позначитися на показниках інвестицій в основний капітал і на конкурентоспроможності бізнесу.

Представлена модель оцінки ефективності соціальних інвестицій та корпоративної соціальної відповідальності дозволяє відстежувати динаміку зміни результатів діяльності підприємства у співставленні з витратами на соціальні проекти.

Подальші дослідження авторів дозволяють стверджувати, що певні фахівці під час проведення оцінки ефективності діяльності підприємства використовують модифіковані економічні показники [8], [4], такі як:

1) показник окупності інвестицій, спрямованих на соціальні програми (return on investment) – вказує на співвідношення між витратами на соціальну політику та часток приросту капіталу, які виникли завдяки цій діяльності. З одного боку, цей показник найбільш переконливий і репрезентативний, тому що дає можливість оцінити ефективність соціальної політики, її вплив на зростання економічних показників. З іншого боку, він найбільш складний для виміру й тому може бути використаний далеко не в кожній сфері діяльності компанії. Однак показник окупності добре застосовувати, наприклад, до такого специфічного виду добродійної діяльності, як соціально відповідальний маркетинг;

2) показник ефективності благодійної допомоги та інших соціальних програм у порівнянні з ефективністю реклами, стимулювання продажу тощо (efficiency measurement) – дає можливість зіставлення витрат і ефекту. Він дозволяє зробити висновок, наприклад, про те, «більш» або «менш»

ефективні соціальні програми в порівнянні з рекламою, стимулюванням продажів. Але цей показник не може бути виражено кількісно;

3) показник процесу реалізації соціальних програм (process measurement) – виявляє наявність або відсутність зв'язку між соціальною політикою й показниками основної діяльності компанії, але не показує а ні порівняльну ефективність, а ні її кількісне вираження. Найчастіше ця залежність описується в case-studies, що характеризують ситуацію й пояснюють, що досягнуто в результаті реалізації соціальних програм і що не могло б бути досягнуто, якби вони не були здійсненні.

Для визначення впливу соціально відповідальної діяльності на результати діяльності підприємства використовують показники: дохід з інвестицій (ROI – Return on Investment), дохід з активів (ROA – Return on Assets), дохід з продажів (ROS – Return on Sales), чистий прибуток (ЕВІТА) і ін. Дослідження в цій сфері ґрунтуються на порівнянні фінансових показників компаній, що активно здійснюють соціальні та добродійні програми, з фінансовими показниками компаній, менш залучених й соціальну і добродійну діяльність. Найбільш переконливі дані можна отримати в тому випадку, якщо характеристики основної діяльності компаній, що формують вибірки, максимально співпадають.

Висновки

Проведений аналіз існуючих методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємств дозволяє зробити висновок, що їх використання передбачає визначення, в першу чергу, цілі оцінки, яка обумовить вибір того чи іншого методу.

Вбачається за доцільне виділити наступні можливі цілі оцінки: оцінка з метою визначення ефективності витрачання ресурсів підприємства; оцінка з метою визначення конкурентної позиції підприємства і місця в рейтингах; оцінка з метою визначення рівня задоволеності потреб різних стейкхолдерів; оцінка з метою визначення впливу здійснення соціально відповідальної діяльності на фінансово-економічні показники роботи підприємства.

Конкретизація мети проведення оцінки ефективності КСВ дозволить обрати найбільш сприятливий метод, сформувавши систему показників, визначити вимоги до необхідної вхідної інформації, коректно провести висновки задля прийняття раціональних управлінських рішень. Саме мета оцінки має бути покладена в удосконалення методичного підходу оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства, який є подальшим напрямком наукових досліджень авторів.

Література

1. Ворона, О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності [Текст] / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. - № 30, 2010. – С. 127-133.
2. Гоголя, О.П. Соціальна відповідальність бізнесу [Текст] / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова. – К.: Вид-во Національного університету біоресурсів і природокористування України, 2008. – 79 с.
3. Євдокимов, Ф.І. Соціальний потенціал як функція інноваційної моделі економічного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Ф.І. Євдокимов, М.В. Губська // Маркетинг: теорія і практика. – № 14, 2008. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14. Заголовок з екрану 1.10.12 р.
4. Ивченко, С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта [Электронный ресурс] / С.В. Ивченко // Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования. – № 2, 2003. Режим доступу: www.urbaneeconomics.ru/publications. Заголовок з екрану 29.09.12
5. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика [Текст]: підручник / Саприкіна М.А., Ляшенко О., Саєнсуєс М.А., Місько Г.А., Зінченко А.Г., (за науковою редакцією д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки України Редькіна О.С.). – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

6. Левицька, Є.Г. Методичний підхід до розробки програми соціально відповідального управління підприємства сфери послуг [Текст] / Є.Г. Левицька // Сталий розвиток економіки: всеукраїнський науково-виробничий журнал. - № 2, 2012. – С. 212-216.
7. Литвиненко, Т.М. Причини, мотиви та результати соціально відповідальної активності диверсифікованих компаній [Текст] / Т.М. Литвиненко // Теоретичні та прикладні питання економіки. Випуск 26. – С. 61-69.
8. Ненашев, Н. Как оценивать эффективность корпоративных социальных программ [Текст] / Н. Ненашев // Кадровик. Кадровый менеджмент. - № 10, 2008. – С. 23-35.
9. Огороднікова, Н. Оцінка рівня соціальної відповідальності підприємств у системі управління ресурсами пенсійного фонду України [Текст] / Н. Огороднікова // Економіка. - № 2 (116), березень-квітень 2011. – С. 44-48.
10. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Кол. автор.: О. Лазаренко, Р. Колишко та ін. – К.: Вид-во «Енергія», 2008. – 96 с.
11. Саєнко, Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Текст] / Ю. Саєнко. – К., 2005. – 30 с.
12. Управлінські аспекти соціальної роботи [Текст]: курс лекцій / М.Ф. Головатий (кер. авт. кол.), М.П. Лукашевич, Г.А. Дмитренко та ін. – К.: МАУП, 2004. – 368 с.
13. Черната, Т. Формування цілісної оцінки корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах промислової галузі [Текст] / Т. Черната, Т. Гороховата // Економічний аналіз. – Вип. 9, Ч. 2, 2011. – С. 421-424.
14. Шмиголь, Н.М. КСВ - дохід: визначення, оцінка, ефективність [Електронний ресурс] / Н.М. Шмиголь // Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nvbdfa/2010_1/1%2818%29_2010_articles/1%2818%29_2010_Shmygol.pdf. Заголов. з екрану 1.10.12 р.