

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕНДОГЕННОЇ СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

В статті досліджено та здійснено відбір і систематизацію показників, що можуть бути покладені в основу кількісної оцінки соціальної відповідальності бізнесу на ендogenous рівні, запропоновано загальні індекси соціальної відповідальності та методику визначення рейтингу соціальної відповідальності компанії.

The selection and systematization of indicators for the quantitative assessment of the business social responsibility at the endogenous level were systemized at the article. The general social responsibility indexes and a methodology for determining the rating of social responsibility of the company were developed. The purpose of the article was the scientific substantiation and systematization of indicators, which allow to quantify the social responsibility of the business and the endogenous level and to rank the companies according to the intensity of activity in this direction.

The analyses of the quantitative indicators of social responsibility, which are defined in international standards (GRI, EFQM, ISO 9000, ISO 14001, SA 8000) as well as theoretical and practical developments on this issue in Ukraine and foreign experience were made. The possibilities of adapting the indicator to national accounting standards were grounded. It allowed determining the individual indicators of CSR used for its quantitative evaluation on the endogenous level.

It was grounded, that the effective quantitative assessment of CSR at the endogenous level based on the proposed methodological approach. It consists six mutually agreed and consecutive stages. There are aims setting, selection of the research method, project stage, collection and processing of information, analytical stage and final stage. The compliance with such analysis procedure optimizes the process and provides the obtaining of relevant results. The quantitative assessment of the endogenous component of CSR involves using the existing system of individual (24) indicators, grouped according to the subject areas. There are general, indicators of employment, wages, labor protection, training and health protection of workers, as well as an integrated rating indicator, which gives the possibility to compare incomparable unit of measurement, and determine the rating of the company's social responsibility.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, оцінка, інтегральний показник соціальної відповідальності, рейтингування.

Key words: social responsibility of business, estimation, integral indicator of social responsibility, rating.

Актуальність проблеми та її зв'язок з важливими науково-практичними завданнями. В останні десятиліття провідні компанії світу свідомо прагнуть бути все більш соціально відповідальними, виділяючи з власних бюджетів все більше коштів на підтримку соціальної інфраструктури, освітні та екологічні програми, охорону здоров'я, спорт, науку і культуру. Водночас, першочерговою соціальною відповідальністю бізнесу перед суспільством і державою є своєчасна виплата податків, зарплат та інших виплат співробітникам, забезпечення техніки безпеки праці, ощадливе використання не відновлюваних ресурсів, екологічно стійке виробництво.

Аналіз методичних підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), які використовуються з метою визначення найбільш відповідальних компаній (національні конкурси, рейтинги) показав, що переважно застосовується метод експертних оцінок (бальна оцінка діяльності компанії за заздалегідь сформованим переліком якісних індикаторів, що здійснюється експертом на основі наданої компанією інформації для участі в конкурсі та інформації, отриманої ним з відкритих джерел) [3;5]. Підходи до кількісної оцінки соціальної відповідальності бізнесу, особливо на ендегенному рівні значно диференційовані і не завжди мають наукове обґрунтування, відсутній єдиний стандарт соціальної звітності, що включав би стандартизовані кількісні показники, за якими можна порівняти власні досягнення із здобутками в цьому напрямі інших агентів ринку.

Головною метою кількісного аналізу внутрішньої складової соціальної відповідальності бізнесу є об'єктивна, комплексна оцінка, що дає змогу встановити рівень соціальної відповідальності, порівняння його з рівнем СВБ партнерів/конкурентів та розробити подальші заходи в царині соціальної відповідальності з метою формування стійких конкурентних переваг та сталого розвитку.

Аналіз останніх наукових досліджень з досліджуваної проблеми та визначення питань, що не вирішені. Проблемам соціальної відповідальності бізнесу присвячені дослідження зарубіжних вчених: Ю. Благова, А. Берлі, Г. Боуена, М. Ван Марревік, А. Керолла, М. І. Ліборакиної, Г. Мінза, Дж. Муна, Д. Меттена, Л. Престона, Г. Фітча, У. Фредеріка, М. Фрідмана, Р. Фрімена та ін. Різноманітні аспекти соціальної відповідальності бізнесу, а також споріднені з ними проблеми висвітлені в працях вітчизняних вчених Л. А. Грициної, О. М. Костюка, Г. В. Назарової, В. С. Пономаренка, І. Л. Сазонця, О. М. Ястремської та ін.

Разом з тим необхідно зазначити, що оскільки екологічний і економічний аспекти діяльності компанії досить просто піддаються виміру і необхідність інвестування в цих областях викликає найменше дискусій в науковому та бізнес-середовищах, найбільший інтерес для подальших досліджень представляє питання про економічну компоненту соціальної відповідальності бізнесу.

Метою статті є відбір, наукове обґрунтування та систематизація індикаторів, які дозволяють кількісно оцінити соціальну відповідальність бізнесу та ендегенному рівні та ранжувати компанії за інтенсивністю діяльності в цьому напрямі.

Виклад основного матеріалу дослідження з науковим авторським обґрунтуванням отриманих результатів. Згідно з підходом Deutsche Bank, опублікованим на офіційному інтернет-сайті банку, соціальна відповідальність – це в меншій мірі «стаття витрат», в більшій – джерело цінності. Це соціальні інвестиції, від якої компанія очікує віддачі. Сам Deutsche Bank на шляху до цієї мети здійснює роботу в п'яти сферах діяльності: мистецтво, освіта, соціальні інвестиції, забезпечення сталого розвитку, а також корпоративні волонтерські програми, витрачаючи на ці цілі десятки мільйонів євро щорічно. Результати такої роботи для компаній – громадська підтримка, зростання репутації і сили бренду, підтримка державою.

Аналіз кількісних показників соціальної відповідальності, що визначені в міжнародних стандартах (GRI, EFQM, ISO 9000, ISO 14001, SA 8000), теоретичних та практичних напрацювань з цієї проблеми в Україні та закордонного досвіду [1-5;7-11], з одночасною оцінкою можливості адаптації показника до національних стандартів обліку та звітності, дозволив визначити індивідуальні показники СВБ, що використовуються для її

кількісної оцінки на ендogenous рівні (табл. 1). З вищезазначеного переліку показників пояснення щодо методики розрахунку та застосування для оцінки СВБ потребують №№ 1- 7, 15,16:

Індекс соціальної відповідальності ($I_{св}$) враховує дві основні складові СВБ:

- 1) «корпоративне громадянство» (сплата податків, інвестиції);
- 2) благодійність та соціальне інвестування.

Виходячи з положення, що високий обсяг сплачених податків сам по собі не свідчить про високий рівень соціальної відповідальності, можливо припустити, що економія на податках може бути позитивним чинником соціально-економічного розвитку, якщо вона спрямована на інвестиції в основний капітал: з точки зору СВБ важливо, що такі інвестиції дозволяють здійснити модернізацію, позитивно впливають на умови праці персоналу, екологію, майбутні платежі.

Індекс соціальної відповідальності ($I_{св}$) i -тої компанії ($i = 1,2,\dots,n$), розраховується наступним чином:

$$I_{св} = (P_c + I_{ок} + I_c) / PV_{вп} \quad (1)$$

де P_c – сплачені податки;

$I_{ок}$ – інвестиції в основний капітал;

I_c – соціальні інвестиції;

$PV_{вп}$ – поточні витрати виробничого призначення.

Таблиця 1

Індивідуальні показники кількісної оцінки соціальної відповідальності бізнес на ендogenous рівні

	Предметна область	Показник	Тип*
1	Загальні	Індекс соціальної відповідальності	СТ
2		Індекс перспективного розвитку	СТ
3		Співвідношення соціальних інвестицій та прибутку	СТ
4		Середній обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника компанії	СТ
5		Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продаж	СТ
6		Співвідношення частки соціальних інвестицій в прибутку компанії з середньою часткою соціальних інвестицій компанії, в сумарному обсязі їх прибутків	СТ
7		Показник комплексності соціальної діяльності компанії	СТ
8		Кількість приписів уповноважених органів у зв'язку з недотриманням норм чинного законодавства про працю	ДСТ
9		Сума штрафних санкцій, накладених на компанію за недотримання умов чинного законодавства про працю в розрахунку на одного працівника	ДСТ

10	Оплата праці	Співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників компанії з середнім по галузі	СТ
11		Співвідношення середнього розміру заробітної плати промислово-виробничого персоналу компанії з середнім розміром заробітної плати ПВП по галузі	СТ
12		Частка заробітної плати, що виплачувалась з затримкою, в середньомісячній заробітній платі працівників	ДСТ
13		Питома вага премій, заохочувальних та компенсаційних виплат у фонді оплати праці (в розрахунку на одного працівника)	СТ
14		Частка витрат на оплату праці в собівартості продукції	СТ
15	Охорона праці	Витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника компанії	СТ
16		Коефіцієнт виробничого травматизму	ДСТ
17		Абсолютна зміна коефіцієнту виробничого травматизму впродовж досліджуваного періоду	СТ
18	Зайня тість	Частка звільнених протягом досліджуваного періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників	ДСТ
19		Коефіцієнт плинності кадрів	ДСТ
20	Навчання персоналу	Частка працівників, які пройшли впродовж останніх трьох років підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації коштом компанії в середньосписковій чисельності працівників	СТ
21		Витрати компанії на підвищення кваліфікації, навчання, перепідготовку в розрахунку на одного працівника	СТ
22	Охорона здоров'я	Частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом компанії в загальній чисельності працівників	СТ
23		Витрати компанії на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника	СТ
24		Частка працівників, оздоровлення яких частково або повністю фінансується корпорацією, в загальній чисельності працівників	СТ

* СТ – стимулятор ; ДСТ – дестимулятор

Індекс перспективного розвитку ($I_{пр}$) розраховується як відношення суми соціальних інвестицій та інвестицій в основний капітал до величини чистого прибутку:

$$I_{пр} = (I_{ок} + I_c) / ЧП \quad (2)$$

де ЧП – чистий прибуток компанії.

Співвідношення соціальних інвестицій ($Ч_{ci}$) та прибутку – відношення обсягу соціальних інвестицій, що були здійснені компанією впродовж звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в тому ж періоді:

$$Ч_{ci} = I_c / ЧП \quad (3)$$

Необхідно зазначити, що в міжнародній практиці індикатором соціальної відповідальності є нормативне значення спрямування компанією на соціальні програми близько 1% прибутку. Акціонери стежать за тим, щоб благодійність не була надмірною, оскільки це може негативно вплинути на показники інвестицій в основний капітал і конкурентоспроможність бізнесу.

Середній обсяг соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника компанії ($I_{пв}$), одиниця виміру – гривні, розраховується наступним чином:

$$I_{пв} = I_c / Ч_i \quad (4)$$

де $Ч_i$ – середньоспискова чисельність працівників і-тої компанії.

За необхідності проведення міжчасових порівнянь показник I_c може бути приведений шляхом множення на відповідні коефіцієнти зростання цін; в разі порівнянь між країнами індекс можна визначати в інших видах валют шляхом множення або на валютний курс, або на паритет купівельної спроможності валют.

Частка соціальних інвестицій в сумарному обсязі продаж ($I_{оп}$), одиниця виміру – відсотки:

$$I_{оп} = I_c / ОП_b \cdot 100\% \quad (5)$$

де $ОП_b$ - валовий обсяг продаж і-тої компанії.

Співвідношення частки соціальних інвестицій в прибутку компанії з середньою часткою соціальних інвестицій компаній, за якими проводилося дослідження в сумарному обсязі їх прибутків (D).

Частка соціальних інвестицій компаній, за якими проводилося дослідження в сумарному обсязі їх прибутків (I_n) розраховується за формулою:

$$I_n = \sum_{i=1}^n I_c / \sum_{i=1}^n ЧП_i \quad (6)$$

далі показник «співвідношення соціальних інвестицій та прибутку» (3) ділиться на показник (6) та помножується на 100%:

$$D = Ч_{ci} / I_n \cdot 100\% \quad (7)$$

Показник комплексності соціальної діяльності компанії дозволяє оцінити рівень комплексності і повноти діяльності в області СВБ через врахування факту наявності (чи відсутності) позитивних параметрів у компанії - респондента ($I_{як}$), %:

$$I_{як(i)} = 1 / m \sum_{i=1}^m X_{ij} \cdot 100\% \quad (8)$$

де X_{ij} – бульова змінна, що набуває значення 1, якщо j -та ознака присутня в i -тої компанії, та 0, якщо ця ознака відсутня;

m – число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компанії. В ідеалі набір ознак має бути сформований таким чином, щоб кожна з них була важливою для кожної компанії.

Витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника компанії ($D_{упр}$), грн.:

$$D_{упр} = CI_{упр} / Ч_i \quad (9)$$

де $CI_{упр}$ – соціальні інвестиції компанії, спрямовані на заходи з покращення умов праці, грн.

Найоптимальнішим варіантом є розрахунок показників для груп компаній, що відібрані за одним або двома критеріями, наприклад, компанії, що працюють в одній або споріднених галузях.

Методика визначення інтегрального показника СВБ розроблена відповідно до методології та методики визначення інтегральних соціальних показників [6]. Інтегральний показник СВБ визначається шляхом рейтингування. Запропонований підхід широко використовується в сучасній практиці комплексного вивчення тенденцій і динаміки соціально-економічних процесів та дозволяє поєднати неспівставні (за одиницями виміру) часткові показники в єдину цілісну систему. Рейтингове оцінювання забезпечує можливість системного кількісного аналізу соціальної відповідальності компанії. Ієрархія рейтингової системи оцінювання СВБ має три рівні (базовий – індивідуальні показники соціальної відповідальності; середній – рейтинги соціальної відповідальності компанії за предметними областями та вищий – інтегральний рейтинг соціальної відповідальності компанії).

На підставі даних звітності по компаніям розраховуються показники соціальної відповідальності, потім для кожного з показників визначаються часткові рейтинги (24) СВБ, далі, шляхом знаходження середньої арифметичної часткових рейтингів, визначаються рейтинги соціальної відповідальності по групам за предметними областями (6), наступний етап – визначення інтегрованого рейтингу соціальної відповідальності компанії шляхом знаходження середньої арифметичної по шести груповим рейтингам. Ранжування рейтингів проводиться наступним чином: найвищий ранг – 1 місце у вибірці отримує корпорація з найменшим інтегральним рейтинговим показником, далі – чим більшим є рейтинговий показник, тим нижчим ранг компанії – 2,3,4, тощо.

Так як кількісна оцінка передбачає визначення певного економічного ефекту, що отримує компанія від підвищення соціальної відповідальності, розрахунку часткових показників СВБ повинен передувати розрахунок основних фінансово-економічних показників діяльності компанії та дослідження їх динаміки з метою встановлення загальних тенденцій господарської діяльності суб'єктів вибірки.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок в даному напрямі.

Проведення кількісної оцінки СВБ з використанням запропонованого методичного підходу та дотримання процедури аналізу, що складається з шести взаємоузгоджених та послідовних етапів (цілевстановлення, вибору методу дослідження, проектного, збору та обробки інформації, аналітичного та заключного) оптимізує процес та забезпечує отримання релевантних результатів. Кількісну оцінку ендогенної складової СВБ запропоновано проводити з використанням сформованої системи індивідуальних (24) показників, згрупованих за предметними областями: загальні, показники зайнятості, оплати праці, охорони праці, навчання та охорони здоров'я працівників, а також інтегрованого рейтингового показника, що дозволяє порівняти неспівставні (за одиницями виміру) часткові показники та визначити рейтинг соціальної відповідальності компанії.

1. *Грицина Л. А.* Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Л. А. Грицина. – Хмельницький, 2009. – 22 с.;
2. *Зветслоот Дж.* Корпоративная устойчивость и социальная ответственность / Дж. Зветслоот, М. Ван Марревікк // Все о качестве. – 2004. – № 3. – С. 37–39;
3. *Зінченко А. Г.* Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів. Регіональний аспект / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Центр розвитку КСВ, 2008. – 60 с.;
4. *Майорова Е.В.* Корпоративный симбиоз HR & PR: американский и российский опыт / Е.В. Майорова // Управление персоналом. – 2006. – № 24. – С. 102–107;
5. *Либоракина М. И.* Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт СНГ / М. И. Либоракина. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2001. – 240 с.;
6. *Методологія та методика визначення інтегральних соціальних показників* / Відп. ред. Ю. І. Саєнко. – К. : Ін-т соціології НАНУ, 2004. – 372 с.;
7. *Модели социального развития России: роль бизнеса.* Публичный отчет по результатам международной конференции. – Режим доступу : <http://www.amr.ru>;
8. *Назарова Г. В.* Управління соціально-трудовою сферою підприємства / Г. В. Назарова, С. Ю. Гончарова, Н. В. Водницька; за заг ред. Назарової Г. В. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 324 с.;
9. *Davis K.* The Meaning and Scope of Social Responsibility // Contemporary management. Issues and Viewpoints / K. Davis. – K. : Englewood Cliffs, 1974. – P. 630, 633;
10. *The A to Z of CSR: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organizations* / Eds. W. Wisser, D. Matten, M. Pohl, N. Tolhurst. – Chichester : John Wiley & sons Ltd., 2007. – 320 p.;
11. *Van Marrewijk M.* Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion / M. Van Marrewijk // Journal of Business Ethics, 2003. –Vol. 44 – N2/3. – P. 95-105.