DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-82

УДК 338.242

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

RESEARCH OF THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE ENTERPRISES ACTIVITY RESULTS

Ясінська Тетяна Вікторівна
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6558-8376

Yasinska Tetyana
Lviv Polytechnic National University

У статті обґрунтовано важливість дотримання суб'єктами господарювання принципів сталого розвитку через інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у свою діяльність. Розглянуто наслідки реалізації заходів корпоративної соціальної відповідальності для підприємств в контексті їх впливу на фінансові показники діяльності. Зокрема, конкретизовано витрати підприємства на програми із забезпечення соціальної відповідальності бізнесу та джерела додаткових надходжень або економії внаслідок впровадження таких програм. Проаналізовано існуючі методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності та використовувані показники ефективності й результативності корпоративної соціальної відповідальності. Наведено власні рекомендації щодо економічного оцінювання наслідків реалізації заходів, пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, сталий розвиток, стейкхолдери, фінансові результати діяльності, ринкова вартість підприємства.

The article emphasizes the key role of business in the implementation of tasks formulated by the United Nations as part of the Sustainable Development Goals. The importance of compliance by business entities with the principles of sustainable development through the integration of corporate social responsibility into their activities is substantiated, which involves a responsible attitude of the enterprise to its product, its stakeholders and its active participation in solving society's problems. The consequences of the implementation of corporate social responsibility measures for enterprises in the context of their impact on financial indicators of activity are considered. In particular, the costs of the enterprise for programs to ensure business social responsibility were specified and their grouping was carried out into internal and external costs depending on the place of implementation and the impact on the environment of the enterprise of measures to ensure corporate social responsibility. The advantages provided by the development of corporate social responsibility for the enterprise are considered. In this context, special attention is paid to the formation of a positive image and business reputation of the company. Sources of additional income or savings resulting from the implementation of social responsibility programs are revealed. The economic consequences of integrating corporate social responsibility into the enterprise's activities are schematically summarized. The necessity of carrying out an economic evaluation of the effectiveness of the introduction of elements of corporate social responsibility into the enterprise's activities is substantiated. The existing methodical approaches to the assessment of corporate social responsibility and the used indicators of efficiency and effectiveness of corporate social responsibility are analyzed. Our own recommendations regarding the economic evaluation of the consequences of the implementation of measures related to corporate social responsibility are given. In particular, the procedure for calculating the indicator of the integral economic result of the enterprise's corporate social responsibility is proposed on the basis of a comparison of the costs of implementing corporate social responsibility measures with the change in the net income of the enterprise, the savings in its general production costs and the change in the market value of the enterprise as a result of the implementation of measures related to corporate social responsibility. Conclusions regarding the effectiveness of corporate social responsibility are formulated.

Keywords: corporate social responsibility, sustainable development, stakeholders, financial results, market value of the enterprise.

© Ясінська Т. В., 2024

Постановка проблеми. Сучасне бачення того, куди має рухатися світ, може бути формалізоване сімнадцятьма Цілями сталого розвитку, прийнятими як орієнтир світового поступу до 2030 року на Саміті Організації Об'єднаних Націй у вересні 2015 року. Сформульовані на Саміті Глобальні цілі охоплюють завдання подолання бідності та голоду, забезпечення міцного здоров'я, якісної освіти, гендерної рівності, гідної праці, збереження ресурсів та навколишнього середовища, досягнення економічного зростання, інноваційності тощо. Втілення поставлених завдань вимагає зусиль усіх секторів суспільства. І чи не ключову роль у цьому процесі має відігравати бізнес. Адже будь-яке підприємство є відкритою системою, внутрішні елементи якої взаємодіють не лише між собою, але і з зовнішнім середовищем.

Вклад бізнес-структур у сталий розвиток реалізується через корпоративну соціальну відповідальність, яка передбачає відповідальне ставлення підприємства до свого продукту, своїх стейкхолдерів та його активну участь у вирішенні проблем суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти наслідків корпоративної соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства розглянуто у низці наукових праць як зарубіжних (К. Вільямс, А. Керролл, М. Лоулі, С. Конар, М. Коен, Д. Вудліф, Дж. Уотсон, М. Чен та інші), так і вітчизняних (О. Лозова, О. Григор'єва, Т. Длугопольська, Н. Стоянець, В. Ткаченко, О. Шутаєва, В. Фостолович, О. Величко, С. Прилипко, К. Прилипко та інші) авторів.

Аналіз публікацій науковців дозволив виявити відсутність єдиної думки щодо ефективності та доцільності участі підприємств у заходах, що пов'язані із корпоративною соціальною відповідальністю. Так, одна група авторів (С. Конар, М. Коен, Д. Вудліф, Дж. Уотсон, М. Чен) стверджує, що інвестування у програми соціальної відповідальності є необґрунтованими та недоцільними витратами підприємства, які не приносять належної віддачі, а лише негативно позначаються на показниках діяльності підприємства, оскільки збільшують його витрати. Ці автори стверджують, що інвестування коштів підприємства у заходи соціальної відповідальності обмежує можливості останнього у здійсненні справді важливих та вигідних інвестицій у розвиток виробничої діяльності.

На противагу такій думці, інша група авторів (Г. Фаузі, В. Фостолович, Т. Длугопольська, О. Величко, С. Прилипко, К. Прилипко та інші) наголошує на численних економічних перевагах інвестування у корпоративну соціальну відповідальність. Відповідно до узагальнення, проведеного авторами О. Величко, С. Прилипко, К. Прилипко [1, с. 140] такими перевагами є: вища лояльність працівників до підприємства-роботодавця і відповідно вища продуктивність їх праці; прихильність та зацікавленість у довгостроковій співпраці із соціально відповідальним підприємством з боку покупців та постачальників; вища довіра до соціально відповідального підприємства з боку інвесторів, місцевих органів влади, податкових органів. Усі ці переваги позитивно позначаються на фінансових показниках діяльності підприємства та на його ринковій вартості.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вирішення вище окресленої дискусії щодо впливу корпоративної соціальної відповідальності на результати діяльності підприємств вимагає розвитку методичних підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу та вдосконалення системи показників ефективності й результативності корпоративної соціальної відповідальності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Ціль статті полягає у вдосконаленні існуючих підходів до оцінювання економічної ефективності реалізації підприємствами заходів, що пов'язані із корпоративною соціальною відповідальністю. Досягнення сформульованої цілі вимагає вирішення таких завдань: конкретизація економічних наслідків соціальної відповідальності для підприємства, формування порядку економічного оцінювання наслідків корпоративної соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтегрування заходів соціальної відповідальності у діяльність підприємства має низку позитивних наслідків для сталого розвитку, серед яких зростання добробуту суспільства, вирішення екологічних проблем тощо. Разом з цим, реалізація проектів та програм бізнесу в сфері соціальної відповідальності без сумніву вимагає фінансових затрат. А оскільки метою створення та діяльності підприємств є отримання прибутку, то набуває актуальності питання співставлення вигід, отримуваних підприємством від інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у свою діяльність, та витрат на реалізацію заходів, пов'язаних із соціальною відповідальністю.

Витрати підприємства на заходи із забезпечення корпоративної соціальної відповідальності можна розділити на дві групи:

– внутрішні витрати, пов'язані з фінансуванням заходів, що реалізуються всередині підприємства і мають явний вплив на фактори його внутрішнього середовища. До цієї групи витрат відносяться вкладення коштів в дослідження та розробки нових еко продуктів, витрати на навчальні програми для своїх працівників, покращення умов їх праці тощо;

– зовнішні витрати, пов'язані із фінансуванням проектів та програм, що реалізуються у зовнішньому середовищі підприємства і спрямовані на покращення життя суспільства, збереження довкілля тощо.

Як внутрішні, так і зовнішні вкладення у заходи із забезпечення корпоративної соціальної відповідальності здійснюються підприємствами добровільно. Однак при цьому суб'єкти господарювання очікують позитивної віддачі від таких вкладень для своєї діяльності.

Корпоративна соціальна відповідальність несе конкретні переваги для бізнесу. Однією із них є формування позитивного іміджу та ділової репутації компанії. Сучасні тенденції тяжіння суспільства до сталого розвитку роблять корпоративну соціальну відповідальність одним із ключових чинників привабливого іміджу організації. Репутація соціально відповідального підприємства забезпечує продукції останнього конкурентні переваги на ринку, сприяє лояльності з боку різних категорій стейкхолдерів, підвищує пізнаваність бренду. Отже, позитивний корпоративний імідж має багатосторонній вплив на підприємство, який знаходить відображення у покращенні фінансових результатів діяльності підприємства та призводить до зростання його ринкової вартості.

Окрім покращення іміджу, участь у заходах, пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю, сприяє розширенню конструктивних зв'язків підприємства з партнерами, органами влади, місцевою громадськістю. Такі зв'язки можуть стати джерелом скорочення загальновиробничих витрат підприємства (наприклад, при умові налагодження співпраці з вигідними постачальниками).

Заходи корпоративної соціальної відповідальності, спрямовані на створення гідних умов праці всередині підприємства, здатні призвести до росту продуктивності праці, що також покращує фінансові результати діяльності такого підприємства.

Отож, бачимо, що впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємства здійснює вплив на фінансові результати його діяльності (рис. 1), а тому вимагає економічного оцінювання та обґрунтування.

Через складність виокремлення впливу саме соціальної діяльності підприємства на зміну його фінансових показників існує небагато підходів науковців до методики проведення економічного оцінювання заходів корпоративної соціальної відповідальності. У роботі О. Григор'євої [5, с. 79] пропонується підходити до оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності з позиції формулювання цілей оцінки: 1) оцінка ефективності використання ресурсів і коштів на здійснення корпоративної соціальної відповідальності; 2) оцінка конкурентоспроможності підприємства і покращення позиції підприємства в рейтингах; 3) оцінка рівня задоволеності мотивів і потреб різних суб'єктів (стейкхолдерів); 4) оцінка впливу корпоративної соціальної відповідальності на фінансово-економічні показники роботи підприємства. Й тоді, в залежності від обраної цілі, вибрати метод оцінки ефективності корпоративної соціальної відповідальності: 1) ресурсний – розрахунок коефіцієнтів ефективності витрат на корпоративну соціальну відповідальність; 2) рейтинговий – розрахунок кількісних і якісних показників корпоративної соціальної відповідальності різних підприємств; 3) економічний – розрахунок показників ефективності за різними напрямками корпоративної соціальної відповідальності; 4) доходний – розрахунок показників взаємозалежності витрат на корпоративну соціальну відповідальність і фінансово-економічних результатів роботи підприємства.

Підсумовуючи погляди науковців, можна дійти висновку, що оцінювання економічних наслідків реалізації заходів соціальної відповідальності для підприємства слід проводити на основі порівняння здійснюваних затрат та отримуваних надходжень. Для цього слід користуватися показником інтегрального економічного результату корпоративної соціальної відповідальності:

$$I_{КСВ} = \frac{\sum_{t=1}^{T}\left(\Delta П_t - З_t\right)}{\left(1+r\right)^{t-1}} + \frac{\Delta Вр}{\left(1+r\right)^{T-1}},$$

де $I_{КСВ}$ – інтегральний економічний результат корпоративної соціальної відповідальності підприємства, гр. од.;

$\Delta П_t$ – зміна валового прибутку підприємства внаслідок реалізації заходів, пов'язаних

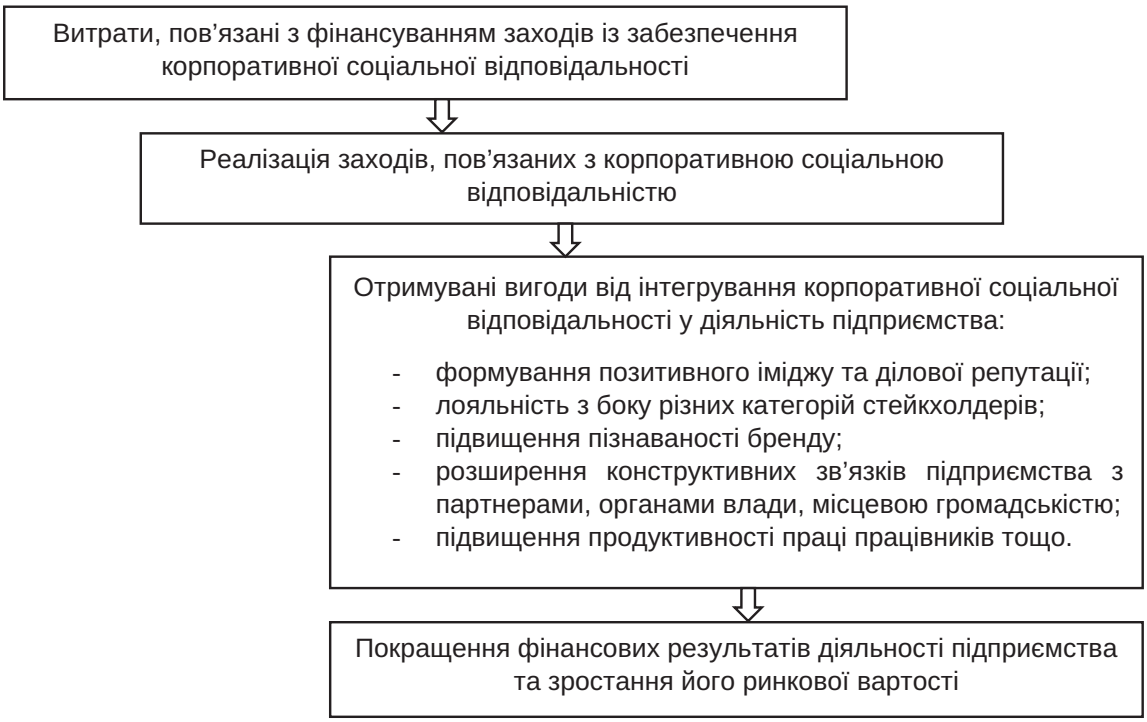

Рис. 1. Економічні наслідки інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у діяльність підприємства

Джерело: побудовано автором на основі [2–4]

з корпоративною соціальною відповідальністю, гр. од.;

$З_t$ – затрати на реалізацію заходів корпоративної соціальної відповідальності у t-му році, гр. од.;

$\Delta Вр$ – зміна ринкової вартості підприємства внаслідок реалізації заходів, пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю, гр. од.;

r – прийнята ставка дисконтування;

t – номер року розрахункового періоду, t = 1, …, T;

T – розрахунковий період, роки.

Висновки. Отже, підприємства, маючи основною метою отримання прибутку, зацікавлені у чіткому розумінні економічних наслідків інтегрування корпоративної соціальної відповідальності у свою діяльність. На жаль, жоден із наразі запропонованих методів оцінки проектів корпоративної соціальної відповідальності не є досконалим. А віддаленість у часі здійснюваних затрат та отримуваних наслідків ускладнює встановлення чіткого причинно-наслідкового зв'язку між цими потоками коштів. Тому важливим є проведення комплексної оцінки заходів корпоративної відповідальності із застосуванням широкого спектру показників і методів, у тому числі і якісних. Дослідження якісних методів оцінювання економічних наслідків соціально відповідальної діяльності підприємства є перспективами подальших досліджень автора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Величко О., Прилипко С., Прилипко К. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на фінансові показники компаній. *Міжнародна економічна політика*. 2021. № 2. С. 133–146.

2. Терещук А. Імідж цифрової компанії через призму корпоративної соціальної відповідальності. Вивчення впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування бренду ІТ-компаній. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-21

3. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Соціально-економічні відносини в цифровому суспільстві*. 2022. Т. 4 (46). С. 49–57.

4. Корнєва І. О. Соціальна корпоративна відповідальність як інструмент покращення результатів роботи підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 5 (45). С. 618–621.

5. Григор’єва О. В. Корпоративна соціальна відповідальність: навчально-методичний посібник для студентів напряму підготовки 6.030505 «Управління персоналом та економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво». Полтава : ПолтНТУ. 2017. 88 с.

REFERENCES:

1. Velychko O., Prylypko S., Prylypko K. (2021) Vplyv korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na finansovi pokaznyky kompanii [The influence of corporate social responsibility on the financial performance of companies]. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, no. 2, pp. 133–146.

2. Tereshchuk A. (2024) Imidzh tsyfrovoi kompanii cherez pryzmu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. Vyvchennia vplyvu korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na formuvannia brendu IT-kompanii [The image of a digital company through the prism of corporate social responsibility. Study of the influence of corporate social responsibility on brand formation of IT companies]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 65. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-21

3. Dluhopolska T., Sentyk M. (2022) Uspishni keisy mizhnarodnykh kompanii u sferi korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [Successful cases of international companies in the field of corporate social responsibility]. *Sotsialno-ekonomichni vidnosyny v tsyfrovomu suspilstvi*, vol. 4 (46), pp. 49–57.

4. Korneva I. O. (2017) Sotsialna korporatyvna vidpovidalnist yak instrument pokrashchennia rezultativ roboty pidpryiemstva [Social corporate responsibility as a tool for improving the company's performance]. *Young scientist*, no. 5 (45), pp. 618–621.

5. Hryhorieva O. V. (2017) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: navchalno-metodychnyi posibnyk dlia studentiv napriamu pidhotovky 6.030505 «Upravlinnia personalom ta ekonomika pratsi» haluzi znan 0305 «Ekonomika ta pidpryiemnytstvo» [Corporate social responsibility: educational and methodological guide for students of the training direction 6.030505 "Personnel management and labor economics" of the field of knowledge 0305 "Economics and entrepreneurship"]. Poltava : PoltNTU. 88 p. (in Ukrainian)