

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-21>

УДК 351:304

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОЛІТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY POLICY

Лиска Павло Олександрович

аспірант,

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2783-3285>

Lyska Pavlo

Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

Наукова стаття присвячена дослідженню сучасних показників та методів дослідження ефективності політики корпоративної соціальної відповідальності. У праці автора політику КСВ розглянуто через призму трьох складових частин, а саме економічну, екологічну та соціальну. На основі даних складових вибудовується система різноманітних показників, які є базисними для проведення подальшого оцінювання ефективності політики КСВ. Для отримання об'єктивних результатів оцінки різноманітних даних використовують три методи: метод дослідження ESG-показників, кількісно-якісний та змішаний. У науковій статті відображено опис кожного із зазначених методів, а також проаналізовано їх позитивні та негативні якості. Для демонстрації проведення оцінювання ефективності політики КСВ наведено математичні формули для кожного окремого показника. Автором підведено підсумок та виокремлено практичну цінність окреслених методів оцінювання ефективності політики КСВ та їх значимість для бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, показники корпоративної соціальної відповідальності, методи оцінювання, ефективність корпоративної соціальної відповідальності, нефінансова звітність.

The article is devoted to the study of modern indicators and methods of researching the effectiveness of corporate social responsibility policy. The author considers the theoretical achievements of domestic and foreign scholars, as well as the unresolved issues in their works. The author examines the corporate social responsibility policy through the prism of three components, namely, economic, environmental and social. Simple factual reflections of these components are specified. On the basis of these components, a system of various indicators is built, which are the basis for further evaluation of the effectiveness of corporate social responsibility policy. Three methods are used to obtain objective results of the assessment of various data: the method of researching ESG indicators, quantitative and qualitative, and mixed. The article describes each of these methods and analyzes their positive and negative qualities in terms of the objectivity of the results obtained when assessing the effectiveness of corporate social responsibility policy using different methods. To demonstrate how to assess the effectiveness of corporate social responsibility policy, the author presents the procedure for researching ESG indicators through open data, namely, through the company's independent non-financial reporting by posting it on its official web resources, and also displays mathematical formulas for each individual indicator. The article emphasizes the importance of applying the assessment of the effectiveness of corporate social responsibility policy in order to gain competitiveness, brand recognition and attractiveness among the State, investors, customers, employees and other social groups in the market of goods and services. The author summarizes and emphasizes the practical value of the outlined methods for assessing the effectiveness of corporate social responsibility policy and their importance for businesses of various sizes and sectors of the economy.

Keywords: corporate social responsibility, indicators of corporate social responsibility, assessment methods, effectiveness of corporate social responsibility, non-financial reporting.

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність наразі є однією з основних рис для сучасного ефективного біз-

несу. За допомогою неї відбувається добровільний відгук на нагальні соціальні проблеми суспільства та виконання певних актуальних



моральних вимог для конкретно взятої цільової аудиторії. Підприємства вже давно усвідомили вагомість переваги активної позиції в політиці корпоративної соціальної відповідальності, тому дедалі частіше та з чітко визначеною системою приймають участь у вирішенні найбільш актуальних проблем. Такі корпоративні соціальні ініціативи за своєю суттю є власними бажаннями кожного окремо взятого підприємства та базуються на свідомому ставленні до своєї відповідальності за свою діяльність як перед цільовою групою так і перед суспільством загалом. Але будь-які прояви КСВ-активності завжди потребують від компанії фінансування ресурсів, тобто впровадження політики КСВ на практиці неодмінно пов'язано із витратами (як грошових так і трудових) компанії. Тому перед керівництвом та органом управління КСВ-сектору на підприємстві гостро постає питання з приводу проведення оцінки ефективності КСВ для подальшої звітності, оскільки компанії, як комерційні організації, перш за все зорієнтовані на отримання та підвищення свого прибутку.

Для України та її бізнесу з кожним днем запровадження та оцінка діяльності політики КСВ стає дедалі актуальнішою з огляду на низку суспільно-політичних подій, котрі призводять до виникнення різноманітних кризових явищ на національному економічному ринку товарів та послуг. Світові економічні кризи, боротьба за незалежність, пандемія та війна зробили чимало викликів для суспільства та економіки. З огляду на такі події, потребу національного єднання для подолання кризових явищ та євроінтеграційного курсу нашої держави впровадження політики КСВ в діяльність українських компаній стало одним із механізмів для протистояння негативним впливам на економіку. А з урахуванням необхідності в даний час максимальної ефективності та економії витрат, то питання розвитку оцінювання рентабельності та необхідності використання політики КСВ є нагальною для сучасного бізнесу. Теоретичний аналіз даної теми сприяє поглибленню наукової думки, виділення найбільш дієвих систем оцінювання та розробка гіпотетично нових методів проведення оцінювання ефективності політики КСВ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналізу методик оцінки соціальної відповідальності бізнесу присвячені дослідження таких вчених, як: Н. С. Стасанюк, Пасінович І. І., Томашевська А. Р. (дослідження підходів до оцінювання КСВ підприємств за ESG-

показниками) [1], І. О. Ахновська (наукові роботи щодо нефінансової звітності компанії) [2], О. О. Письменна, Л. І. Сомова (інтегральний метод оцінки КСВ підприємства) [3], Н. Л. Кусик, А. В. Ковалевська (аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства) [4], Ф. І. Євдокімов та М. В. Губська [5] (розрахунок показника конкурентоспроможності підприємства), Н. М. Шмиголь (модель оцінки ефективності соціальних інвестицій та корпоративної соціальної відповідальності) [6].

Окремим джерелом інформації про оцінювання політики КСВ та її розвитку слугує веб-сайт української експертної організації CSR Ukraine, які понад 15 років впроваджують та розвивають корпоративну соціальну відповідальність, а також надають дані щодо національних компаній та їх КСВ-активностей [7].

У всіх вищеописаних роботах увага зосереджується на вузькому спектрі методів для оцінки ефективності політики КСВ, що в свою чергу ускладнює процес порівняння та вибору максимально ефективного методу для його впровадження на підприємстві для здійснення цільового оцінювання результатів та рентабельності побудованої КСВ-стратегії.

Цілями статті є дослідження основних методів оцінювання ефективності політики КСВ, а також їх переваг та недоліків. З урахуванням активного розвитку ідеї корпоративної соціальної відповідальності серед бізнесу та поширення інтересу серед різних соціальних груп до діяльності підприємств. Тому підтвердження ефективності політики КСВ потребує чіткого підтвердження, а цього можна досягти лише за використанням наукових надбань у сфері оцінювання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

1. Основні показники соціальної відповідальності бізнесу

Корпоративна соціальна відповідальність є похідною від такого поняття як «сталий розвиток», тобто «моделі економічного зростання, в якій використання ресурсів спрямовано на задоволення потреб людини за збереження навколишнього середовища, так що ці потреби в розвитку можуть бути задоволені не тільки в сьогоденні, але й для майбутніх поколінь» [3, с. 549]. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність має охоплювати економічну, соціальну та екологічну складові частини.

До економічних показників прийнято відносити сукупну величину внесених соціаль-

них інвестицій компанією на одного працівника, співвідношення вкладених інвестицій та ресурсів у соціальні проекти загалом до отриманого прибутку, визначення частки збільшення різних частин капіталу внаслідок реалізації політики КСВ, порівняння ефективності між благодійною допомогою та різними проявами реклами, а також співмірність фактичної реалізації політики КСВ із запланованими показниками. Екологічними показниками є кліматичні зміни та вуглецеві викиди; якісне та ефективне (з найбільшим коефіцієнтом корисної дії) використання природних ресурсів та управління енергетичними та водними ресурсами без шкоди довкіллю, кількісні та якісні показники перевищення встановлених державою екологічних норм, інноваційні зміни на виробництві для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. До соціальних можна віднести показники плинності кадрів, відсоток дефіциту робочої сили по різних посадам та спеціальностям, позитивний внесок та вплив конкретного підприємства як на цільову аудиторію так і на суспільство в цілому, міцність соціальних взаємозв'язків (довірительні відносини) з територіальною громадою, клієнтами та працівниками.

2. Методи оцінювання ефективності КСВ.

Найпростіший метод для оцінювання ефективності КСВ є дослідження інформації за вебсайтами та нефінансовою звітністю підприємств. У таких звітах містяться дані про різноманітні показники реалізації політики КСВ в компанії, або ESG-показники (екологічні, соціальні та управлінські). Нефінансова звітність за своєю суттю є публічно доступною та розрахована для відображення певних показників для конкретної групи (інвесторів, працівників, партнерів, клієнтів, державних органів та уряду, регіональної місцевої громади та суспільства загалом) про те, як відбувається реалізація поставлених у проектах цілей політики КСВ підприємства.

В основі побудови нефінансової звітності за системою ESG є певний перелік даних, які необхідно відображати: екологічні, соціальні та управлінські. Так головними екологічними є: вплив діяльності компанії на кліматичні зміни, викиди негативних та шкідливих речовин в атмосферу та довкілля (найбільш актуально для підприємств промисловості); оптимальне використання природних ресурсів (для видобувних підприємств); гуманне поводження з тваринами, контроль якості продукції, мінімалізація використання не органічних методів для вирощування худоби

та рослин (для сільськогосподарських та харчових підприємств); зменшення відходів, їх утилізація та переробка, максимально ефективно використання під час роботи усіх видів ресурсів (для всіх видів підприємств). До соціальних відносять: максимальне забезпечення умов для безпеки праці та охорона здоров'я працівників (особливо для видобувної та промислової сфери підприємств); розробка та впровадження різноманітних соціальних програм для заохочення співробітників, забезпечення належних побутових умов для їх роботи, створення «фондів» для підтримки працівників при виникненні форс-мажорних обставин підтримка якісного та стабільного взаємозв'язку між підприємством та державою, бізнес-партнерами, споживачами, зацікавленими особами та громадами (для всіх економічних сфер). До управлінських можна віднести наступні: прозорість діяльності компанії, чинний рівень репутації (ділової) компанії, наявність коротко- та довгострокових стратегій розвитку та реалізації ідей, регулярне та об'єктивне проведення аудиту і контролю, впровадження етичного кодексу та дотримання нульової толерантності до будь-яких форм та проявів корупції.

Загалом такі показники надають змогу легко та просто оцінити стан розвитку підприємства як у сфері реалізації політики КСВ так і в сфері економічного розвитку. Для потенційних клієнтів, партнерів та співробітників відображається вся необхідна публічна інформація для зацікавлення таких груп до співпраці. Наприклад, підприємство, яке використовує сучасне та екологічне обладнання, має низку соціальних гарантій та пакетів підтримки для персоналу, створює комфортні умови праці, відкрито та чесно відображає свою фактичну та заплановану діяльність у різних сферах, буде стабільним, привабливим до співпраці, лідерство при виборі продукції серед конкурентів та при виборі виконавця державних замовлень чи отримання різноманітних грантів для реалізації бізнес ідей. Таким чином, компанія стає більш відомою та пріоритетною на конкурентному ринку товарів та послуг [1, с. 112–114].

Але попри вищеперелічені позитивні моменти даного методу оцінювання ефективності політики КСВ, у нього наявні й деякі недоліки. Так дані ESG – це суто нефінансово-економічні показники, які за суттю є якісними, але не мають відображення у кількісних грошових вимірниках. Тому для самої компанії максимально проблемним є питання

щодо визначення ефективності реалізації політики КСВ через призму рентабельності понесених витрат на таку діяльність з отриманими прибутками. Також варто зазначити, що ефект від системи ESG важко відслідкувати в короткий проміжок часу (місяць, квартал, рік), адже фактично позитивний вплив відображається на максимально суб'єктивних результатах, які важко об'єктивно та повно дослідити внутрішніми силами підприємства, а саме на: конкурентоспроможність, інвестиційну привабливість, впізнаності та довіри до бренду. До цього можна додати й про наявні інші ризики, особливо під час порівняння ефективності політики КСВ з іншими конкурентами, адже фактично будь-які дані про свою діяльність у сфері КСВ кожне підприємство подає (або розміщує) самостійно, а тому відсутня можливість для встановлення об'єктивної реальності. Для України це питання є особливо гострим, адже на законодавчому рівні немає жодного нормативно-правового документа, який би зобов'язував, регламентував чи встановлював санкції у сфері нефінансового звітування суб'єктами господарювання [4, с. 42].

Другою групою методів оцінювання КСВ є розрахунок кількісних і якісних показників. Вичерпного й визначеного переліку таких індикаторів не існує, враховуючи багатоплановість КСВ, відповідно, різні науковці пропонують ті чи інші показники для її оцінювання.

Для оцінювання ефективності реалізації політики КСВ підприємства Ф. І. Євдокімов та М. В. Губська пропонують розраховувати показник конкурентоспроможності підприємства ($Kп$), за наступною формулою [5]:

$$Kп = \prod_{i=1}^n g_i I_t^{\alpha} I_e^{\beta} I_c^{\gamma}$$

де – $I_t^{\alpha} I_e^{\beta} I_c^{\gamma}$ – це індекси технічних, економічних і соціальних показників підприємства відносно конкретного конкурента;

α , β , γ – коефіцієнти еластичності, які отримані за даними щодореалізації конкретного товару чи послуги підприємства;

n – кількість параметрів;

g_i – булева змінна, де «1» означає виконання плану, а «0» – не виконання.

Таким чином проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства при певних обставинах можна прямо пов'язати із рівнем ефективності політики КСВ компанії.

Методика оцінки за допомогою інтегрального показника та побудови «пелюсткової» діаграми на основі бальної оцінки частко-

вих критеріїв розраховується за наступною формулою:

$$I = \frac{Kb1 * Kb2 + Kb2 * Kb3 + \dots + Kbi * Kb1}{i}$$

де Kbi – бальна оцінка i -го часткового показника;

i – кількість часткових показників.

Значення інтегрального показника коливається в межах від 0 до 1 (значення ідеального підприємства). Дана методика оснований на суб'єктивних методах оцінки різноманітних часткових показників, яким надається певне бальне значення. Але для надання більшої об'єктивності необхідно залучити групу спеціалістів, які виконують функції оцінки. Це необхідно для подальшого проведення такої процедури як оцінки узгодженості думок експертів. Так, шляхом розрахунку коефіцієнту конкордації виникає можливість виведення та чіткого визначення середнього балу, який буде максимально об'єктивно відображати реальний стан ефективності того чи іншого часткового показника [4, с. 7–8].

У своїй науковій роботі Н.М. Шмиголь пропонує використовувати модель оцінки ефективності соціальних інвестицій та КСВ за допомогою розрахункових індексів. Такі індекси вимірюються завжди у відносних одиницях, наприклад по шкалі балів або у відсотках. Таким чином, така модель надає змогу компанії візуально побачити її фактичне (чи максимально наближене до реального) місце серед конкурентів у певному, чітко визначеному секторі економічної діяльності [6].

Комплексний індекс розраховується:

$$Kli = \frac{Ti + CEi + SEi}{TOCi}, \quad (3)$$

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

Ti – виплачені податки;

CEi – інвестиції в основний капітал;

SEi – соціальні видатки;

$TOCi$ – поточні витрати виробничого призначення.

Однією з головних переваг даного індексу полягає в тому, що під час підрахунків високий обсяг сплачених до держави та місцевих громад податків не завжди буде свідчити про високий рівень КСВ підприємства. Так економія на сплаті податків може бути і позитивним фактором за умови, що зекономлені кошти будуть інвестовані у модернізацію усіх (або частини) аспектів діяльності компанії. Такі дії в майбутньому мають призвести до позитивного впливу на умови праці персоналу, еко-

логію та наступні податкові платежі. Таким чином, комплексний індекс КСВ є узагальненою моделлю, що пов'язує параметри, податкової, інвестиційної й соціальної політики підприємства.

Поряд із комплексним індексом доцільно проводити розрахунок індикатору перспективного розвитку, тобто співвідношення суми соціального інвестування в основний капітал до величини чистого прибутку:

$$IP_i = \frac{CE_i + SE_i}{NE_i},$$

де IP_i – індикатор перспективного розвитку;

NE_i – чистий прибуток підприємства.

Схожим показником вказаної моделі є такий індикатор як співвідношення обсягу соціальних видатків, зроблених підприємством протягом податкового звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в цьому ж самому періоді:

$$ICB_i = \frac{SE_i}{NE_i},$$

де ICB_i – індикатор соціальних видатків підприємства.

Якщо брати міжнародні стандарти, то в середньому бізнес виділяє близько 1% прибутків на різноманітні КСВ-активності.

Окремо варто зазначити про наявність модифікованих економічних показників для проведення оцінювання ефективності політики КСВ. До них можна віднести наступні:

– показник рентабельності інвестицій, спрямованих на КСВ-активності (return on investment), який відображає співвідношення між витратами на політику КСВ та часток приросту капіталу, які виникли завдяки цій діяльності;

– показник ефективності КСВ-активності у порівнянні з ефективністю реклами, стимулювання продажу тощо (efficiency measurement), який надає можливість компанії зіставити витрати і отриманого ефекту для подальшого аналізу застосування певних КСВ-активностей для рекламування своїх товарів чи послуг;

– показник процесу реалізації КСВ-активностей (process measurement), який

допомагає виявити наявність або відсутність взаємозв'язку між політикою КСВ та показниками основної господарської діяльності компанії для відображення результатів реалізації КСВ-активностей [4, с. 10–11].

Висновки. Отже, на сьогодні економічна наука не має єдиного підходу до чіткого визначення ефективності політики корпоративної соціальної відповідальності підприємства. Внаслідок різноплановості КСВ-активностей та динамічності потреб суспільства неможливо встановити єдиний підхід до оцінювання. Кожне підприємство може самостійно обирати певну категорію показників для здійснення оцінювання ефективності політики КСВ з урахуванням власних потреб та задля їх задоволення [7].

Проведення належного оцінювання ефективності політики КСВ підприємства є надзвичайно важливим елементом діяльності компанії загалом. Так, ідея КСВ для розвинутих країн стала частиною господарської діяльності, а для України з кожним днем стає все більш актуальною. Тому перевірка обраних стратегій КСВ шляхом проведення оцінювання її ефективності є важливим етапом гармонійного розвитку підприємства.

Залишається відкритим питання щодо обрання методів для проведення оцінки ефективності політики КСВ. Але на мою думку, виведення єдиного, «універсального» методу оцінки неможливо, адже результати діяльності КСВ мають чимало наслідків, які неможливо математично точно визначити, наприклад впізнаність бренду.

Тому для якісного та об'єктивного дослідження ефективності діяльності політики КСВ необхідно використовувати низку методів та показників, які будуть відображати необхідні вектори господарської діяльності компанії. Подальші перспективи дослідження. Розвитком даної теми наукового дослідження є подальше теоретичне опрацювання оцінювання ефективності політики корпоративної соціальної відповідальності підприємства шляхом детального аналізу системи КСВ-менеджменту та системи оцінювання ефективності політики КСВ на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Станасюк Н., Пасінович І., Томашевська А. Сучасні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності підприємств. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Серія: Проблеми економіки та управління*. 2021. № 2 (8). С. 109–120.
2. Ахновська І. О., Лепіхова О. Ю. Механізм впровадження корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. *Економіка і організація управління*. 2016. № 1 (21). С. 36–44.

3. Письменна О. О., Сомова Л. І. Інтегральна оцінка корпоративної соціальної відповідальності промислового підприємства. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19.
4. Кусик Н. Л., Ковалевська А. В. Критичний аналіз методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. 2012.
5. Євдокимов Ф. І. Соціальний потенціал як функція інноваційної моделі економічного розвитку підприємства. *Маркетинг: теорія і практика*. 2008. № 14.
6. Шмиголь Н. М. КСВ-дохід: визначення, оцінка, ефективність *Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Економічні науки*. 2010. Вип. 1(18). С. 168–176.
7. Український бізнес і війна: унікальний каталог від CSR Ukraine: URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyna-unikalni/>

REFERENCES:

1. Stanasiuk, N. S., Pasinovich, I. I., Tomashevs'ka, A. R. (2021). «Modern approaches to assessing the corporate social responsibility of enterprises». *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». Seriya «Problemy ekonomiky ta upravlinnia»*, no. 2(8), pp. 109–120.
2. Akhnovska, I. O., Lepikhova, O. Yu. (2016) Mekhanizm vprovadzhennia korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti na pidpriemstvakh Ukrainy. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, no. 1 (21), pp. 36–44.
3. Pysmenna, O. O., Somova, L. I. (2018) Intehralna otsinka korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti promyslovoho pidpriemstva [Integral assessment of corporate social responsibility of an industrial enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 19.
4. Kussyk, N. L., Kovalevska, A. V. (2012) *Krytychnyi analiz metodiv otsinky efektyvnosti sotsialno vidpovidalnoi diialnosti pidpriemstva* [Critical analysis of methods for assessing the effectiveness of socially responsible activities of an enterprise].
5. Yevdokymov, F. I. (2008) Sotsialnyi potentsial yak funktsiia innovatsiinoi modeli ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva [Social potential as a function of the innovative model of economic development of an enterprise]. *Marketynh: teoriia i praktyka – Marketing: theory and practice*, vol. 14.
6. Shmyhol N. M. (2010) KSV-dokhid: vyznachennia, otsinka, efektyvnist [CSR income: definition, evaluation, efficiency]. *Naukovyi visnyk Bukovynskoi derzhavnoi finansovoi akademii. Ekonomichni nauky*, vol. 1(18), pp. 168–176.
7. Ukrainian business and the war: a unique catalog from CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/news/ukrainskiy-biznes-i-viyna-unikalni/>