

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті класифіковано підходи до оцінки соціальної відповідальності. Виділено кількісний підхід, що включає оцінку рівня соціальних інвестицій та розрахунок показників оцінки соціальної відповідальності. Проаналізовано якісний підхід, згідно з яким, здійснюється складання соціальних рейтингів та соціальних звітів та розрахунок якісних показників соціальної відповідальності.

The article classified approaches to assessing social responsibility. Highlight a quantitative approach that includes assessment of social investment and calculation of indicators to assess social responsibility. Analyzed qualitative approach, whereby performed: the CSR ratings and social reporting; calculation of quality indicators of social responsibility.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Останнім часом інтерес до питань соціальної відповідальності бізнесу простежується в багатьох наукових роботах, присвячених вирішенню її теоретичних питань. Теоретичні питання враховують такі напрямки: визначення сутності соціальної відповідальності бізнесу; механізм функціонування соціально відповідального бізнесу; місце соціальної відповідальності бізнесу в умовах модернізації економіки. Також вивчаються практичні сфери застосування соціально-відповідального бізнесу як інструменту управління ризиками, оцінки рівня і результатів соціальної відповідальності, створення національного стандарту тощо. Реалізація на практиці соціальної відповідальності без визначення системи показників, що відбиває характер змін у соціальній орієнтації бізнесу, була б неповною. У зв'язку з цим вивчення методологічних підходів до оцінки рівня соціальної відповідальності є актуальним.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Питання розвитку теорії та практики соціальної відповідальності бізнесу знайшли висвітлення в працях зарубіжних та вітчизняних учених: Г. Боуена, П. Друкера, А. Керолла, М. Мескона, М. Фрідмана, Р. Фрімана, Ю. Благова, Н. Брюховецької, І. Булеєва, О. Грішнкової, С. Гончарова, Н. Кричевського, Е. Лібанової, Г. Назарової, М. Саприкіної.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак єдиних критеріїв оцінки соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу в Україні й дотепер немає, вони можуть бути різними залежно від низки факторів: розміру компанії, виду здійснюваної діяльності, географічних сегментів тощо. Питання класифікації оцінки соціальної відповідальності на підприємстві є недостатньо вивченими.

Постановка завдання. Виходячи із зазначеного, метою статті є визначення підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні до теперішнього часу немає єдиного підходу, який дозволяє об'єктивно оцінити рівень соціальної відповідальності різних бізнес-структур. У реальній практиці досить важко це зробити, враховуючи різноплановість вітчизняного бізнесу. Водночас безсумнівним є той факт, що в основі соціально відповідального бізнесу лежить успішний і динамічний розвиток виробничо-господарської діяльності конкретної фірми. Саме вона дає потрібний суспільству соціальний ефект у вигляді робочих місць, товарної маси, податкових поповнень бюджетів усіх рівнів та можливості реалізації додаткових соціальних програм. Саме вона в кінцевому підсумку забезпечує високі і стійкі темпи зростання як національної економіки в цілому, так і окремих її адміністративно-територіальних утворень.

Існує багато підходів до оцінки соціальної відповідальності, які було класифіковано за двома ознаками:

1. Підходи, які мають за мету кількісно оцінити рівень соціальної відповідальності і враховують:
 - 1.1. Оцінку рівня соціальних інвестицій.
 - 1.2. Розрахунок показників оцінки соціальної відповідальності.
2. Підходи, згідно з якими, здійснюється якісна оцінка соціальної відповідальності:
 - 2.1. Складання соціальних рейтингів та соціальних звітів.
 - 2.2. Розрахунок якісних показників соціальної відповідальності.

На рис. 1 представлено графічне відображення цієї класифікації. Розглянемо докладніше представлену класифікацію. Так, відповідно до підходів, які мають за мету кількісно оцінити рівень соціальної відповідальності, розглянемо методичку оцінки соціальних інвестицій Асоціації менеджерів Росії. Згідно з цією методикою, здійснюється кількісна оцінка індексу соціальних інвестицій з використанням трьох його різновидів: індексу питомих соціальних інвестицій, який є величиною соціальних інвестицій, що припадають на 1 працівника; відношення соціальних інвестицій до сумарного обсягу продажу; відношення соціальних інвестицій до сумарного обсягу прибутку [1, с.67].

Групою експертів у рамках однієї із програм Фонду «Інститут економіки міста» було запропоновано два показники: комплексний індекс, який розраховується як відношення суми всіх виплачених податків, соціальних витрат, інвестицій в основний капітал до поточних витрат виробничого призначення; та індикатор соціальних витрат, який розраховується як відношення суми соціальних витрат до чистого прибутку підприємства [2, с.53].

Основним недоліком цього підходу є те, що всі витрати, пов'язані з соціальною діяльністю фірми зведені воедино. Тому, дуже складно встановити обсяг витрат, пов'язаний з відповідальністю фірми або ж її обов'язком перед колективом і суспільством.

Відповідно до другої класифікаційної ознаки, здійснюється кількісна оцінка показників соціальної відповідальності бізнесу. Так, методика оцінки соціальної відповідальності Міністерства регіонального розвитку Росії, базується на оцінці показників, які відображують рівень соціальної відповідальності регіону. До цих показників належать: кількість інвестиційних програм підприємств, реалізацію яких припинено або скорочено більш ніж на 50%; кількість організованих нових робочих місць; обсяг заборгованості за житлово-комунальні послуги; обсяг субсидій населенню; темп росту тарифів на послуги ЖКГ [3, с.106].

Методика оцінки добровільної корпоративної соціальної відповідальності організацій ґрунтується на реалізації нефінансової звітності та визначенні рейтингу підприємств у сфері соціальної відповідальності.

Оцінка здійснюється за такими складовими:

- загальна та загальноекономічна інформація про підприємство;
- витрати на вирішення соціальних питань працівників та членів їх сімей в організації (у відсотках від виручки): охорона здоров'я та підтримання здорового способу життя; соціальна підтримка сім'ї і пільги працівникам; допомога щодо забезпечення працівників житлом; підтримка працюючих ветеранів; витрати на підготовку кадрів та роботу з персоналом; охорона праці та екологічна безпека;
- витрати на соціальні програми за межами організації (у відсотках від виручки): витрати на реалізацію соціальних програм у рамках двосторонніх угод організації та Уряду області; витрати на соціальні програми поза організацією.

Методичку оцінки соціальної відповідальності, яка дозволяє порівнювати різні компанії, організації та установи, незалежно від їх типу, виду діяльності, організаційно-правової форми та відомчої належності, запропонував Г. Л. Тульчинський. В основу методики покладено показники діяльності, які характерні для будь-якого бізнесу. При цьому порівняння діяльності у сфері СВБ ведеться поетапно.

На першому етапі виділяються основні напрямки СВБ. У розглянутій методиці, з урахуванням міжнародних стандартів з соціальної звітності, виділено шість основних складових оцінки СВБ: 1) відповідальність перед споживачами; 2) розвиток HR, вкладення в людський капітал; 3) сумлінна ділова практика; 4) корпоративне громадянство; 5) екологія і безпека; 6) участь в розвитку громадянського суспільства [1, с.168].

На наступному етапі визначаються показники за кожною із складових СВБ. Вони формуються в три групи: за обсягом (кількістю), якістю та ефективністю СВБ.

На третьому етапі кожній із груп показників присвоюється базова сума балів. Автори методики пропонують 50 балів. Базова сума балів розподіляється всередині кожної конкретної групи за окремими показниками: кожному показнику присвоюється певна кількість базових балів, тобто розподіляються питома вага базових балів. Конкретна вага показника (кількість базових балів) визначається залежно від важливості даного показника. Важливо, щоб за усіма номінаціями напрямків СВБ зберігалася сума базових балів за основними трьома групами показників (у авторів – 50 балів).

На четвертому етапі встановлюється динаміка показників СВБ за певний період, наприклад, за рік. На п'ятому етапі визначається кількість фактично набраних балів за кожним показником – пропорційно виявленій динаміці: відсотком від базових балів за кожним показником. Сума набраних балів буде характеризувати СВБ конкретної компанії – як за окремими номінаціями, так і в цілому.

Ця методика є основою для визначення універсального індексу СВБ, встановлення та ведення відповідних рейтингів. Безсумнівною її перевагою є вирішення проблеми порівняності різнопрофільного бізнесу з СВБ, можливість визначення індексу та ведення рейтингів. Н. А. Кричевський та С. Ф. Гончаров пропонують для оцінки соціальної відповідальності підприємств і визначення відповідного їхнього рейтингу три групи показників:

- 1) показники соціальної відповідальності перед працівниками;
- 2) показники соціальної відповідальності перед навколишнім суспільством;
- 3) показники екологічної відповідальності [4, с.214]. При цьому автори відзначають корисність як кількісної, так і якісної оцінки проведених компаніями заходів щодо СВБ.

До першої групи включені коефіцієнти зростання заробітної плати, плинності кадрів, освітнього рівня співробітників, частоти виробничого травматизму і витрат на соціальний захист працівників.

До другої групи показників належать коефіцієнт витрат на соціальну підтримку навколишнього співноти і коефіцієнт відношення витрат на соціальну підтримку навколишнього співноти до чистого прибутку.

До третьої групи належать показники, які характеризують витрати компанії на підвищення рівня екологічного захисту: коефіцієнт витрат на охорону навколишнього середовища до собівартості продукції і коефіцієнт витрат на довкілля до чистого прибутку.

У свою чергу, на думку А. А. Андрєєва, індекс впливу діяльності корпорації на економічне зростання регіону варто визначати шляхом перемноження індексу зростання товарної продукції на індекс збільшення податкових платежів до регіонального і місцевого бюджетів у розглянутому періоді порівняно з базовим. Індекс впливу на поліпшення екологічної ситуації – шляхом перемноження індексу зниження викидів шкідливих речовин у водні джерела та індексу зниження викидів шкідливих речовин в атмосферу. А індекс впливу на рівень та якість життя населення – шляхом перемноження індексу зростання середньої заробітної плати працівників компанії, на індекс зниження рівня захворюваності працівників компанії в аналізованому періоді порівняно з базовим періодом [5, с.87].

Основним недоліком розглянутого підходу до оцінки впливу соціально відповідальної поведінки бізнесу на розвиток регіону полягає в тому, що в ньому не виділяються параметри соціальної відповідальності діяльності компанії, а за основу розрахунків приймаються зміни загальних обсягів діяльності.

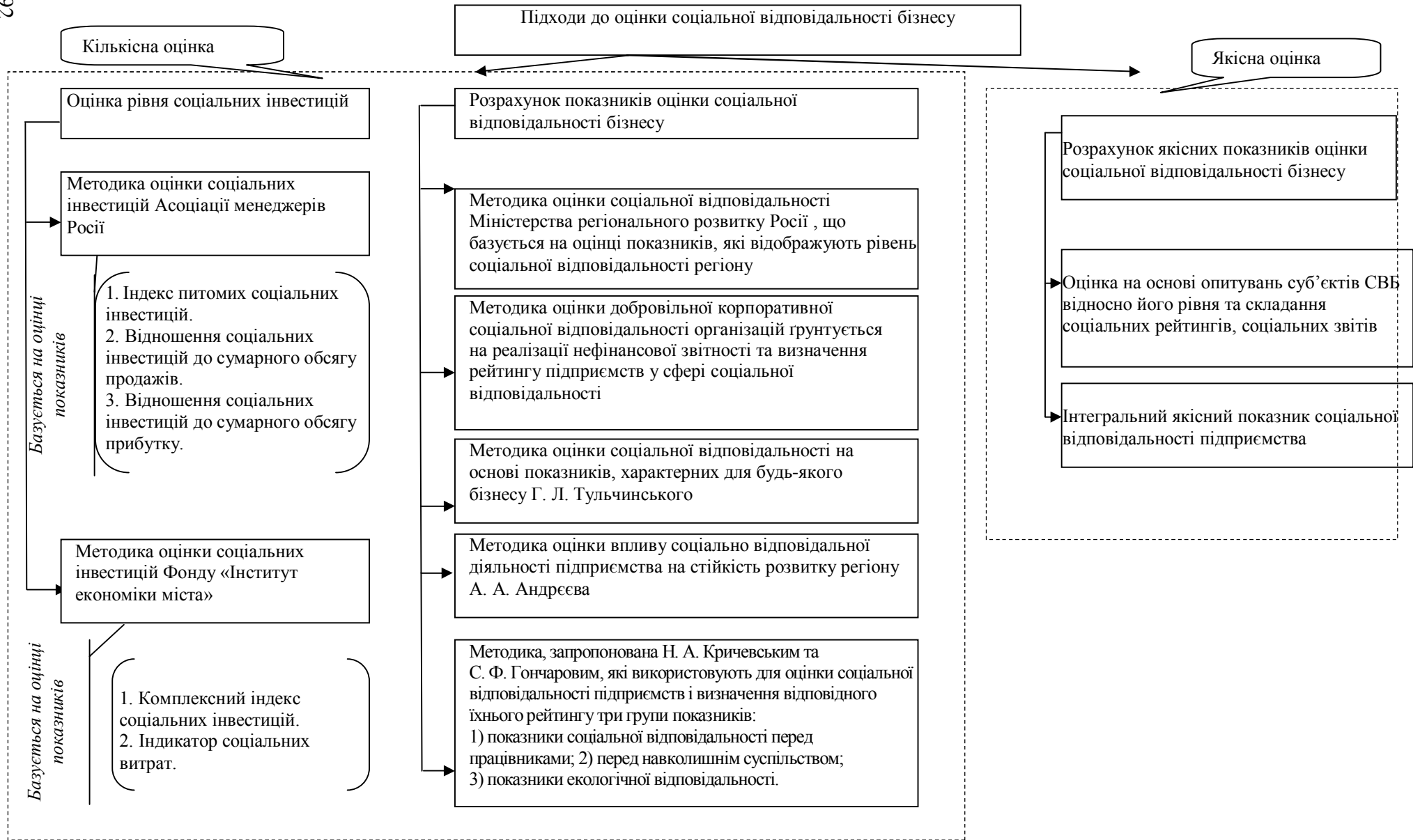


Рис. 1. Класифікація підходів до оцінки соціальної відповідальності бізнесу

Отримані індекси характеризують зміну масштабів діяльності корпорації за окремими її напрямками, а яка ж конкретика щодо впливу цих змін на соціально-економічну ситуацію в регіоні за даною методикою не зрозуміло.

Отже, одним із суттєвих недоліків вищевикладених методів оцінки рівня соціальної відповідальності бізнес-структур є широкий спектр показників, які в процесі оцінки, ускладнюють їх зіставлення з іншими компаніями.

Відсутність порівняності призводить до інформаційної асиметрії, через яку неможливо: коректно вимірювати і оцінювати дії компанії; зробити однорідні порівняння досягнень з плином часу як у рамках однієї компанії, так і між компаніями; досягти прийняттого обсягу інформації, яка відповідає реальним потребам різних зацікавлених груп.

Підходи, згідно з якими, здійснюється якісна оцінка соціальної відповідальності, враховують оцінку на основі опитувань суб'єктів СВБ відносно його рівня та розрахунок інтегрального якісного показника соціальної відповідальності підприємства.

До показників оцінки СВБ на підприємстві повинні відноситися не тільки цифри офіційних (фінансових та статистичних) звітів, але й результати різного роду опитувань працівників та населення (анкетування, глибинних інтерв'ю, фокус-груп), адаптованих до специфіки підприємства, соціальної ситуації на підприємстві та в регіоні [6, с.230].

Серед інших інформативними є такі показники: рівень довіри до адміністрації (підприємства або регіону); пріоритетні (з точки зору опитуваного) проблеми в соціальній сфері; прогрес, досягнутий у вирішенні виявлених раніше пріоритетних соціальних проблем; рівень задоволеності соціальною обстановкою (на підприємстві або в регіоні); рівень поінформованості опитуваного про соціальні програми.

До якісних показників можна також віднести: наявність колективного договору на підприємстві; існування організаційної структури на підприємстві, відповідальної за проведення соціальної політики; публікацію щорічного соціального звіту про заходи в області КСВ, виконаного відповідно до міжнародних стандартів; виявлення ставлення суспільства до заходів в області КСВ; конкретні заходи щодо підтримки добросовісної ділової практики.

У результаті такої оцінки СВБ складаються соціальні рейтинги. Необхідність складання рейтингів соціальної відповідальності диктується доцільністю створення інструментарію для різних суспільних груп та корпоративної аудиторії, за допомогою якого вони могли б визначитися у багатьох актуальних для них питаннях взаємодії з бізнес-корпораціями [7, с.145].

Якісний індекс соціальних інвестицій розроблений Асоціацією менеджерів Росії, демонструє, яким чином вибудовується процес соціальної відповідальності всередині підприємств, наскільки глибоко принципи СВБ інтегровані в стратегію бізнесу та його оперативну діяльність [1, с.90].

Безпосередній розрахунок якісного індексу соціальних інвестицій проводиться на основі 13 простих індикаторів, зведених у три групи:

1. Інституційне оформлення стратегії СВБ. Оцінюється наявність спеціального документа, в якому закріплена стратегія компанії у сфері КСВ (окремого документа, затвердженого вищим виконавчим органом; колективного договору; етичного кодексу; кодексу корпоративної поведінки чи якогось іншого документа). Наявність підрозділу, який відповідає за реалізацію стратегії в області КСВ. Наявність критеріїв вибору напрямів корпоративних соціальних інвестицій.
2. Система обліку соціальних заходів. Оцінюється наявність щорічних фінансових звітів, підготовлених відповідно до міжнародних стандартів. Наявність регулярної нефінансової звітності (соціальної, екологічної чи в галузі сталого розвитку). Підготовка нефінансової звітності відповідно до міжнародних стандартів.
3. Комплексність здійснюваних соціальних інвестицій. Оцінюється розвиток персоналу; охорона здоров'я та безпечні умови праці персоналу; сумлінна ділова практика відносно споживачів; сумлінна ділова практика щодо постачальників та інших ділових партнерів; природоохоронна діяльність та ресурсозбереження.

На відміну від кількісного індексу соціальних інвестицій, який створює картину масштабу явища, якісний індекс соціальних інвестицій покликаний оцінити ступінь комплексності та повноти такого явища, як соціальна відповідальність. Ідея цього індексу полягає в урахуванні факту наявності (або відсутності) позитивних параметрів у компанії-респондента. У зв'язку з цим розрізняють приватні та загальні якісні індекси соціальних інвестицій. Для проведення якісної оцінки заходів щодо соціальної відповідальності велику роль відіграють соціологічні опитування корпоративної аудиторії та представників навколишньої спільноти.

Загальний якісний індекс соціальних інвестицій ІК показує рівень комплексності соціальної діяльності обстежуваної сукупності компаній (одиниця виміру – відсотки) і розраховується наступним чином (ІК):

$$IK = \left(\frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) 100\%$$

де X_{ij} – булева змінна, що приймає значення 1, якщо j -та ознака присутня у i -ій компанії, і дорівнює 0, якщо ця ознака відсутня;

m – число ознак, за якими оцінюється соціальна діяльність компаній;

n – число компаній, які беруть участь в обстеженні [2, с.55].

Очевидно те, що чим вище значення індексу, тим більш цілісною є соціальна політика компанії. Порівняння ж індексів для різних компаній дозволяє визначити лідерів і аутсайдерів за показником комплексності організації процесу соціального інвестування. Порівняння індексів для різних ознак дозволяє виявити відповідні «вузькі місця», тобто ті ознаки, які представляють для компаній найбільшу проблему. Недоліки цього підходу пов'язані з тим, що в ньому немає чіткого поділу витрат на вирішення соціальних проблем за всіма трьома виділеними групами показників з точки зору розподілу їх на обов'язкові (в рамках чинного законодавства) і соціально відповідальні, тобто ті, які виділяються понад вимог законодавства. Позитивним же є те, що тут чітко розділяються соціальні витрати на внутрішні і зовнішні оточення.

Висновки і перспективи подальших розробок. Аналіз існуючих підходів до оцінки СВБ показав, що поряд з існуванням багатьох точок зору, сьогодні не існує єдиного підходу, який би враховував всі недоліки та дозволив комплексно оцінити рівень СВБ. Тому, вважається необхідним використовувати одночасно декілька підходів і оцінювати соціальну відповідальність як кількісно так і з використанням якісних показників. Перспективами подальших розробок є формування комплексного підходу до оцінки соціальної відповідальності на українських підприємствах.

Список використаної літератури

1. Доклад о социальных инвестициях в России. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2008. – 168 с.
2. Якимец В. Н. Социальные инвестиции российского бизнеса. Механизмы, примеры, проблемы, перспективы: учеб. пособ. / В. Н. Якимец. – М.: Букинист, 2005. – 184 с.
3. Практики КСВ в Україні 2010 / за ред. М. А. Саприкіної; Центр «Розвиток КСВ». – К.: Фабований лист, 2010. – 106 с.
4. Кричевский Н. А. Корпоративная социальная ответственность / Н. А. Кричевский, С. Ф. Гончаров. – М.: Дашков и К°, 2007. – 214 с.
5. Беляева И. Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндаров. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
6. Саприкіна М. А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: навч. посіб. / [М. А. Саприкіна, М. А. Саєнсус, А. Г. Зінченко, О. М. Ляшенко, Г. А. Місько; за наук. ред. д.е.н., проф. О. С. Редькіна]. – К.: Фабований лист, 2011. – 480 с.
7. Колот А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота]. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2014.