

**ФОРМУВАННЯ І ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ
ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

© Коваль З.О., Коваль Я.Б., 2013

Розглянуто процес формування економічного ефекту соціально-орієнтованих підприємств, а також запропоновано методику його оцінювання. Запропоновано заходи підвищення цього ефекту. На основі визначеного переліку відповідних показників розроблено систему оцінювання економічного ефекту від розвитку соціального підприємництва в Україні.

Ключові слова: соціально-орієнтовані підприємства, економічний ефект, складові економічного ефекту, методика оцінювання економічного ефекту, інтегральний ефект.

Z.O. Koval, Y.B. Koval
Lviv Polytechnic National University**FORMING AND EVALUATION OF ECONOMIC EFFECT OF SOCIAL
ORIENTED ENTERPRISES'S ACTIVITY**

© Koval Z.O., Koval Y.B., 2013

In the article the process of economic effect forming of social oriented enterprises, and also the method of his evaluation is offered. The measures of increase of this effect are offered. On the basis of certain list of the proper indexes the system of evaluation of economic effect is developed from realization of social enterprise in Ukraine.

Key words: social oriented enterprises, economic effect, constituents of economic effect, method of evaluation of economic effect, general effect.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. На сьогодні у практиці управління діяльністю зарубіжних підприємств разом із концепцією вартісно-орієнтованого управління також значно поширилась соціально-орієнтована концепція, яка спрямовує підприємство на гармонійне співіснування, взаємодію та постійний діалог з суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем як на національному, так і на глобальному рівні. У вітчизняних умовах ринкових перетворень питання соціальної відповідальності підприємств перед суспільством є, як ніколи, актуальними.

Проте перехід до ринкових відносин, реформування системи влади в Україні призвели до ситуації, коли на місцевому рівні “протистоять” один одному дві сили: підприємці та решта населення. Якщо певне підприємство конкретного населеного пункту проблеми соціальної відповідальності успішно вирішує, то подібна ситуація не означає добробут усього його населення. Результати соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом “Інтелектуальна перспектива”, в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, характеризують їх ставлення до аспектів соціальної відповідальності. Зокрема, 60 % респондентів ставляться позитивно та вважають корисним для суспільства реалізацію соціальних проєктів, але водночас 4 %

респондентів зазначили відсутність можливостей для їх реалізації. Важливо, що серед сфер, які потребують соціальних проєктів вони обрали допомогу дітям-інвалідам – 69 % і людям похилого віку – 60 %; охорона здоров'я – 58 %; освіта – 50 %; екологія – 39 %; наука – 30 %; культура, мистецтво – 22 % [2]. Крім цього, ці підприємства визначають основними перешкодами становлення та розвитку соціальної відповідальності такі: недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази, що регулює можливості участі підприємств у соціальних програмах та закладів освіти у формуванні соціально відповідальних фахівців; відсутність сформованої та дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, якості підготовки відповідних фахівців; відсутність системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів.

Посилення соціальної відповідальності підприємств та їх орієнтації на вирішення соціальних проблем, заохочення до соціальної активності є необхідними умовами для створення соціальної солідарності в країні. Особливо зростає роль соціально-орієнтованого управління підприємствами в умовах недостатньої і незавжди обґрунтованої реакції державної влади різних рівнів на нагальні проблеми суспільства. Зокрема, прикладом зазначеного може бути ситуація з об'єктами соціальної інфраструктури: близько 70 % таких об'єктів передана на баланси міських, сільських і селищних рад, а наявних бюджетних коштів катастрофічно не вистачає для забезпечення їх поточної діяльності. Органи місцевого самоврядування не спроможні забезпечити належне фінансування соціальної сфери та її працівників: вчителів, лікарів, працівників культури; сприяти виплаті належної пенсії ветеранам; допомоги безробітним тощо [3]. Так, основним джерелом надходження коштів до місцевого бюджету є різні податки і збори, де частина інших надходжень є вкрай незначною. Зазначимо, що у комунальній власності суб'єктів місцевого самоврядування держави відсутні високорентабельні комерційні підприємства.

Водночас більш як третина комерційних організацій не бере безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку регіону. Це вказує на різницю між готовністю до соціального інвестування, бажанням бути соціально відповідальними та реально діяльними у цій сфері. Така ситуація може означати потребу і самого вітчизняного підприємництва у значній інституційній підтримці. За даними дослідження проєкту AISEC, найменша поінформованість про соціальну відповідальність підприємств характерна для комунального та транспортного сектора: 52,9 % і 57,5 % відповідно, найбільш інформовані про концепцію соціально-орієнтованого управління підприємства фінансового сектора (94 %), виробництва промислових товарів (84,5 %) і торгівлі (83,2 %). Значні відмінності спостерігаються на регіональному рівні. Якщо в Києві та в області поінформованість про соціальну відповідальність продемонструвало 90,7 % опитаних підприємств, то у Львові та області тільки 62,9 %.

На нашу думку, дієвим стимулом поширення соціально-орієнтованого підприємництва може стати інформованість про можливість досягнення вагомого економічного ефекту підприємствами від їх соціальної діяльності. А формування системи оцінювання цього ефекту та дослідження його складу як на рівні окремого підприємства, так і рівні держави усуне значні перешкоди діям у соціальній сфері на цих рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення цієї проблеми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, про що йдеться у цій статті. Дослідженням соціально-орієнтованого управління підприємствами, а також соціальної відповідальності підприємств присвячено чимало наукових праць як видатних зарубіжних вчених, так і вітчизняних науковців, зокрема І. Булеєва, О. Винникова, Ю. Орла, М. Семикіної, Є. Сільвестрова, А. Скіпальського, Н. Коваленко, М. Кошелевої, А. Стельмаха та інші [1–5]. Так, у країнах Північної і Південної Америки соціальним підприємництвом називають підприємницьку діяльність неприбуткових недержавних підприємств, дохід від якої використовується на реалізацію статутних цілей підприємств. Мається на увазі, що місія і статутні цілі цих підприємств спрямовані, відповідно, на вирішення соціальних проблем. За визначенням міжнародних організацій Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (Швейцарія), Skoll Foundation (США) та Ashoka Foundation

(Індія) соціальне підприємництво – інноваційна підприємницька діяльність задля соціальних перетворень у суспільстві та в громадах.

Також у наукових статтях М.С. Кошелева, А.А. Стельмах визначено заходи, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем.

Однак, станом на сьогодні, не існує системи визначення економічного ефекту як діяльності підприємств у сфері соціального підприємства, так і розвитку соціального-орієнтованого підприємництва в Україні загалом [4].

Метою статті є аналіз складових формування економічного ефекту діяльності соціально-орієнтованих підприємств, а також оцінювання цього ефекту на мікрорівні (діяльності підприємства) та макрорівні (соціального підприємництва в Україні).

Основний матеріал дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В Україні явище соціального підприємництва не є поширеним, незважаючи на його вагомий роль у суспільстві. У вітчизняних умовах господарювання соціально-орієнтоване підприємство означає неприбуткову організацію, дохід від діяльності якої спрямовується на реалізацію її місії або статутної мети – вирішення соціальних проблем суспільства. У нашій державі таку діяльність здійснюють неприбуткові підприємства, які переважну частину своїх доходів отримують від звичайної підприємницької діяльності, тобто від продажу створених ними товарів або послуг.

Підприємства із соціально-орієнтованим управлінням діяльністю відрізняються від інших підприємств (наприклад, з вартісно-орієнтованим управлінням) тим, що усі повністю доходи своєї господарської діяльності вони спрямовують на досягнення соціальної мети, тоді як інші – лише частину коштів призначають на здійснення соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність також є важливою, оскільки може набирати форм благодійності, меценатства, спонсорства або іншої допомоги соціуму, а також відповідальності підприємства перед споживачами і працівниками. Проте останнім часом на ці складові соціальної відповідальності не звертають належної уваги. Це викликано, перш за все, суттєвими змінами, не тільки у поглядах на окремі аспекти управління господарською діяльністю підприємства, але й на цільову спрямованість цієї діяльності загалом. Економічні цілі, які завжди були пріоритетними для усіх без винятку підприємств, практично повністю витіснивши соціальні цілі, зазнали значних змін. Так, класична ціль господарської діяльності підприємства – максимізація прибутку за умови мінімізації витрат – трансформувалась у сучасну – максимізація прибутку будь-якою ціною (незважаючи ні на що і ні на кого).

На нашу думку, одним з дієвих шляхів розвитку соціального підприємництва в Україні є створення громадськими організаціями соціально-орієнтованих підприємств з метою працевлаштування та обслуговування соціально незахищених категорій населення. Відповідно до чинного законодавства об'єднання громадян, їх спілки можуть безпосередньо здійснювати необхідну господарську діяльність без мети отримання прибутку, а також господарську та іншу комерційну діяльність через утворення госпрозрахункових установ і організацій із статусом юридичної особи, заснування підприємств у порядку, встановленому законом.

Працевлаштування соціально незахищених категорій населення сприятиме економії коштів з державного бюджету на виплату допомоги по безробіттю, а розвиток соціальної інфраструктури підприємств сприятиме оздоровленню працівників та їх дітей, що, своєю чергою, зменшить витрати державних коштів для виплати компенсації у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності.

Важливо, що, крім очевидних морально-психологічних переваг, розвиток соціально-орієнтованого підприємництва має також економічні переваги.

Оскільки, основна місія соціально-орієнтованого підприємства – приносити користь суспільству, то основний сукупний ефект (результат або підсумок) його діяльності можна

представити інтегральну величину, що характеризує сукупність економічного, соціального і організаційного ефектів (рис. 1).



Рис. 1. Складові інтегрального ефекту від соціально-орієнтованого управління підприємством

Як зазначалось, соціально-орієнтоване підприємство під час своєї діяльності реалізує основну мету – вирішення соціальних проблем суспільства, тому усі кошти, отримані від своєї господарської діяльності, воно спрямовує на досягнення соціального ефекту. Організаційний ефект є результатом взаємодії різних груп впливу (підприємців, керівників усіх рівнів, інших працівників, споживачів, громадськості тощо) під час отримання соціального ефекту (рис. 2). Тоді як у випадку вартісно-орієнтованого підприємства досягнення економічного ефекту є першочерговим завданням, а інші ефекти є засобами його отримання.

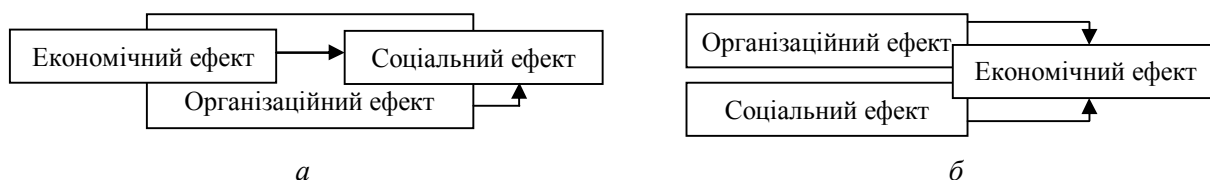


Рис. 2. Відмінності у пріоритетах досягнення певних складових сукупного ефекту соціально-орієнтованим (а) і вартісно-орієнтованим (б) підприємствами

Так, економічний ефект діяльності соціально-орієнтованого підприємства – це складова його сукупного ефекту, яка має вартісний вимір і характеризує різницю між сумою отриманих доходів від господарської діяльності та витратами на неї, яку підприємство спрямовує на реалізацію своїх соціальних цілей.

На відміну від інших складових сукупного ефекту соціально-орієнтованих підприємств економічний ефект повністю перетворюється на соціальний. Тому визначити його можна за формулою (1):

$$E_E = (D_{ГД} - B_{ГД}) + C_{ДП} = B_{СП} + B_{СВ} + B_{СЦ} = E_C \quad (1)$$

де E_E і E_C – відповідно економічний і соціальний ефект; $D_{ГД}$ – дохід від господарської діяльності підприємства; $B_{ГД}$ – витрати господарської діяльності підприємства; $C_{ДП}$ – сума дотацій і пільг, які отримує підприємство за умови працевлаштування інвалідів, безробітних та інше; $B_{СП}$ – витрати підприємства на реалізацію соціальних проектів; $B_{СВ}$ – витрати підприємства на соціальну відповідальність перед працівниками (соціальний захист та інші заходи соціальної політики), споживачами (соціальна реклама, інформування тощо) та соціумом (благодійність, меценатство, спонсорство або інша допомога); $B_{СЦ}$ – витрати на реалізацію інших соціальних цілей підприємства.

Під час визначення загального економічного ефекту діяльності соціально-спрямованих підприємств на макrorівні отриманий результат потрібно скоригувати з витратами ресурсів, до складу яких входять необхідні для забезпечення соціальної діяльності витрати всіх її учасників на рівні національної економіки, регіону, галузі.

Зокрема, інтегральний (сукупний) ефект від соціально-орієнтованого управління діяльності підприємств у соціальній сфері пропонуємо визначати за допомогою показників:

– економічний ефект (відображає фінансові наслідки реалізації результатів соціальної діяльності для її безпосередніх учасників і розраховується як різниця між фінансовими результатами соціально-орієнтованих підприємств і їх витратами);

– бюджетний ефект (характеризує фінансові наслідки реалізації результатів соціальної діяльності для державного та місцевих бюджетів і оцінюється як різниця між доходами від соціальної діяльності і видатками відповідного бюджету на її здійснення, якщо такі були);

– загальногосподарський ефект (визначає результати діяльності підприємств для всієї національної економіки, регіонів та галузей і характеризується показниками: економія коштів державного бюджету внаслідок реалізації підприємствами своїх соціальних цілей; соціальні та екологічні наслідки тощо).

Зазначені показники можна розрахувати: всього, за окремими джерелами фінансування, за роками, їх абсолютна зміна та в динаміці.

Формування інтегрального ефекту від соціально-орієнтованого управління підприємством можна простежити за допомогою матриці (рис. 3).

Інтегральний ефект	Економічний ефект	<ul style="list-style-type: none"> – фінансовий результат господарської діяльності підприємства; – кошти, отримані внаслідок цільової фінансової підтримки за рахунок бюджетних коштів, дотації тощо; – економія внаслідок отриманих пільг при сплаті податків, зборів, орендної плати та інших платежів підприємствами, які займаються спонсорською і благодійною діяльністю; – економічні санкції до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам територіальної громади; 	<ul style="list-style-type: none"> – економія коштів у зв'язку з частковим вирішенням проблем соціалізації, адаптації, терапії, працевлаштування тощо під час залучення цільових груп до надання послуг і виготовлення товарів; – зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні соціальних проблем; – задоволення матеріальних потреб та покращення якості життя певних категорій населення, що потребують соціального захисту і допомоги; – забезпечення якісними послугами та товарами представників цільової групи на пільгових умовах;
	Соціальний ефект	<ul style="list-style-type: none"> – створення і підтримання соціальної репутації серед споживачів, працівників, населення загалом; – покращення соціального становища працівників; – соціальні гарантії та соціальне страхування працівників; – працевлаштування безробітних, представників груп ризику; – набуття працівниками знань і навичок роботи у соціальній сфері; – залучення громадян до участі у соціальних ініціативах на волонтерських засадах, об'єднання громад навколо соціальних проблем; 	<ul style="list-style-type: none"> – популяризація соціальних ідей та ініціатив у суспільстві; – покращення соціального становища широких верств населення та цільової групи; – подолання соціальної ізоляції людей з обмеженими фізичними та психічними можливостями; – виникнення нових видів соціальних послуг, які залишаються за увагою звичайного підприємництва у зв'язку з їх малопробитковістю чи непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки; – ефективніше використання ресурсів регіону у вирішенні соціальних проблем;
	Організаційний ефект	<ul style="list-style-type: none"> – співпраця з податковими органами та проведення консультаційної і ознайомчої роботи; – прозорість діяльності, готовності звітувати перед громадою; – надання правових умов для діяльності підприємств, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем; – організаційна підтримка діяльності підприємств у соціальній сфері. 	<ul style="list-style-type: none"> – сприяння розвитку економіки та суспільства, створення робочих місць та нових форм підприємницької діяльності; – пошук нових шляхів реформування державних соціальних послуг; – акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва; – ефективне використання трудового потенціалу регіонів.
		Підприємство	Суспільство
		Інтегральний ефект	

Рис. 3. Матриця формування інтегрального ефекту від соціально-орієнтованого управління підприємствами на мікро- та макрорівнях

На нашу думку, запропонована матриця формування різного виду ефектів від діяльності підприємств з соціально-орієнтованим управлінням дасть змогу не тільки відокремити складові цих ефектів на прикладі конкретного досліджуваного підприємства, але й оцінити фактори, які позитивно або негативно впливають на їх формування, розробити заходи із зменшення або збільшення такого впливу, простежити їх наслідки для діяльності підприємств та суспільства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Стимулювання участі підприємницького сектора у соціальному розвитку суспільства є надзвичайно важливим, особливо в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів. Зокрема, розроблена матриця є одним із засобів такого стимулювання. Інформування підприємств про можливі ефекти, яких вони можуть досягти під час своєї діяльності в цій сфері створить додаткові можливості для їх залучення до вирішення соціальних проблем.

Також вважаємо, що аналіз формування інтегрального ефекту від соціально-орієнтованого підприємництва на макрорівні дасть змогу органам державної виконавчої влади та місцевого самоврядування спрогнозувати заходи щодо розвитку соціальних ініціатив у підприємницькому секторі, які необхідно вжити як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях:

- надання пільг зі сплати податків, зборів, орендної плати та інших платежів підприємствам і організаціям, які займаються спонсорською діяльністю;
- надання цільової фінансової підтримки недержавних суб'єктів соціальної політики за рахунок бюджетних коштів;
- застосування економічних та інших санкцій до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам суспільства;
- акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва;
- надання фінансової та організаційної підтримки діяльності громадських організацій та об'єднань, які працюють у напрямі розвитку соціального підприємництва тощо.

1. Винников О. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще / О. Винников // *Пріоритети*. – 2003. – № 4 (10) – С. 25–28: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usipr.kiev.ua>; 2. Коваленко Н.С. Соціальне підприємництво: сучасні тенденції / Н.С. Коваленко // *Економіка и управление*. – 2010. – № 1. – С. 96–101: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pk.napks.edu.ua/library/compilations_vak/eiu/2010/1/p_96_101.pdf; 3. Орел Ю.Л. Соціальне підприємництво: сучасний стан та перспективи розвитку / Ю.Л. Орел // *Державне регулювання соціального підприємництва та соціально-відповідального бізнесу: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції, (Харків, 11 грудня 2008 р.) / за заг. ред. О.Ю. Амосова – Харків: ХОМО “Союз молодих підприємців”, 2008. – С. 87–93. 4. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>. 5. Скіпальський А. Підприємці – благодійники = благодійники – підприємці / А. Скіпальський // *Дзеркало тижня / Людина* – 2006. – № 17 (596) – 29 квітня – 12 травня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dt.ua>.*