



УДК 330.341

**ASSESSMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY AS A BASIS FOR
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A MODERN ENTERPRISE
ОЦІНКА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Khachatryan V.V. / Хачатрян В.В.*d.e.s., as. prof. / д.е.н., проф.*

ORCID: 0000-0002-9532-0116

Stratiichuk V.M. / Стратійчук В.М.*PhD in Economics / д-р філос. з екон.*

ORCID: 0000-0002-9754-5028

*Vinnitsia Institute of Trade and Economics of SUTE, Vinnitsia, Soborna 87, 21050**Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Вінниця, Соборна 87, 21050*

Анотація. В роботі розглядаються особливості оцінки соціальної відповідальності сучасного підприємства. Застосовувано один з сучасних інноваційних методів управління – збалансовану систему показників, результатом застосування якого є побудова стратегічної карти. Запропоновано модель стратегічної карти, що дозволить удосконалити процес управління соціальною відповідальністю бізнесу, як складовою його інноваційної діяльності, а також провести оцінювання ступенів досягнення його стратегічних орієнтирів у сфері соціальної роботи.

Ключові слова: інноваційний розвиток, стратегічна карта, соціальна відповідальність, оцінка, управління.

Вступ.

Сучасні умови господарювання вітчизняних підприємств, що характеризуються інтенсивним застосуванням різного роду заходів щодо подолання системної економічної, політичної та соціальної кризи помітно посилюють роль соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу в даних процесах. Застосування принципів соціальної відповідальності є одним головних рушійних сил розвитку підприємництва, а також формування іміджу вітчизняних підприємств на міжнародному ринку.

Нормативне забезпечення проведення оцінювання соціальної відповідальності бізнесу для вітчизняних підприємств викликано підтримкою глобальних ініціатив, зокрема Глобального договору Організації Об'єднаних Націй (ГД ООН), Всесвітньої ради бізнесу із сталого розвитку (WBCSD), Принципів ООН з соціальної відповідальності інвесторів (PRI), Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), Міжнародного стандарту ISO 26000 «Настанова по соціальній відповідальності» тощо. Найбільш поширеною в світі глобальною ініціативою є Глобальний договір ООН, який підписали також деякі вітчизняні підприємства, першочерговим завданням якого є демонстрація та забезпечення соціальної легітимності бізнесу і ринків. Таким чином, соціальна відповідальність кожного вітчизняного підприємства наносить помітний вплив на забезпечення соціальної легітимності вітчизняної економіки в цілому.

Основний текст.

Проблема управління та оцінювання рівня соціальної відповідальності бізнесу наразі залишається актуальною завдяки існуванню великої кількості



методик та стандартів і водночас відсутності конкретних підходів до проведення оцінки, особливо в умовах орієнтації сучасних підприємств на стратегічний розвиток та досягнення стратегічних орієнтирів у розвитку підприємства.

Теоретико-методичні основи оцінки соціальної відповідальності бізнесу є об'єктом наукових досліджень сучасних вчених, серед яких Вержбицький М.І., Гурочкіна В. В., Дерев'яноко Т. А., Кравченко Л. В., Лагута Я.М., Філіппова С.В., Флиппов В.Ю. та інші. Проте обґрунтовані науковцями методи оцінки потребують їх узгодження із системою стратегічного управління на підприємствах враховуючи сучасні умови господарювання.

Метою статті є обґрунтування інноваційного підходу до процесу оцінювання соціальної відповідальності підприємства.

Науковці по-різному підходять до вибору показників, необхідних для оцінки соціальної відповідальності підприємства (таблиця 1), проте досліджуючи їх різноманітність, а також умови господарювання сучасних вітчизняних підприємств, що переважно характеризуються фінансовими складнощами, ми прийшли до висновку, що обов'язковою умовою ефективного процесу оцінювання є взаємозв'язок окремих показників та їх підпорядкування єдиній стратегічній цілі підприємства, що дозволить не лише проводити ефективну оцінку соціальної відповідальності підприємства, а й приймати управлінські рішення з огляду на досягнення тих, чи інших стратегічних цілей в сфері соціальної роботи підприємства.

Як показав компаративний аналіз праць науковців, окремі механізми реалізації соціальної відповідальності бізнесу спрямовані на досягнення загальних стратегічних цілей підприємства та є елементами загальної стратегії вітчизняних підприємств. Зважаючи на вищезазначене, виділимо основні принципи вибору показників оцінки соціальної відповідальності бізнесу.

В навчальній літературі досить часто виділяють одним з методів оцінки корпоративної соціальної відповідальності метод побудови стратегічної карти показників оцінки (Balanced Scorecard). На наш погляд, обґрунтування доцільності та механізму його використання в сучасній науковій літературі висвітлено недостатньо. Досі вважалося, що основними недоліками застосування даного інструмента при проведенні оцінки соціальної відповідальності підприємства є відсутність взаємодії підприємства з державою та відсутність розділу, що включає оцінку показників екологічності.

Проте, ми вважаємо, що враховуючи інтенсивність змін умов господарювання та помітний вплив зовнішнього середовища на соціальну роботу вітчизняних підприємств, саме застосування модифікованої стратегічної карти оцінки соціальної відповідальності бізнесу дозволить інтегрувати її в загальну стратегічну карту підприємства, побудувати взаємозв'язки з іншими показниками ефективності діяльності підприємства в окремих сферах, адже соціальну відповідальність підприємства не можна розглядати ізольовано, потрібно враховувати те, що вона залежить від ефективності операційної, фінансової та інших видів діяльності підприємства.



Таблиця 1 – Основні методи оцінки корпоративної соціальної відповідальності

Назва методу	Група показників	Показники, що розраховуються
Метод експрес-аналізу [1]	економічна складова	показники фінансової стійкості підприємства, показники відповідальності перед акціонерами та власниками, показники інноваційної активності, показники якості продукції
Метод потрійного підсумку [5, с. 128]	соціальна складова	показники соціальних інвестицій та ефективності витрат на оплату праці, показники витрат на охорону праці, забезпечення промислової безпеки та навчання в цій сфері, показники найму та розвитку персоналу, антикорупційна діяльність
Індекс стійкості Доу Джонса [5, с. 128]	екологічна складова	показники витрат на охорону навколишнього середовища, екологічні платежі і штрафи за порушення природоохоронного законодавства, показники впливу на навколишнє середовище та заходи енергозбереження
Метод ієрархії показників [3, с. 78]	зовнішнє середовище	показники екологічності (викиди, енерго- та ресурсозбереження, утилізація відходів), рівень відношення до споживачів, рівень зовнішньої корупції, доброчинність
Соціальний індекс [5, с. 128]	внутрішнє середовище	практика управління персоналом, організація праці, рівень внутрішньої корупції
Метод SPACE-аналізу [4, с. 201]	фінансовий стан та фінансова привабливість	рівень податків, фінансовий потенціал підприємства, фінансування соціальних програм за рахунок коштів підприємства, надання допомоги при катастрофах та стихійних лихах
	конкурентні переваги підприємства	основні ринки збуту, досвід роботи на ринку, відповідальність перед споживачами товарів і послуг
	вплив на безпеку зовнішнього середовища	розробка власних екологічних та соціальних заходів, збільшення власних оборотних коштів для утилізації відходів виробництва, взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою
	стабільність зовнішнього середовища	сприяння охороні навколишнього середовища, спонсорство і корпоративна добродійність, вартість кредитних ресурсів підприємства поява нових конкурентів

Джерело: складено авторами на основі [1,3,4,5]

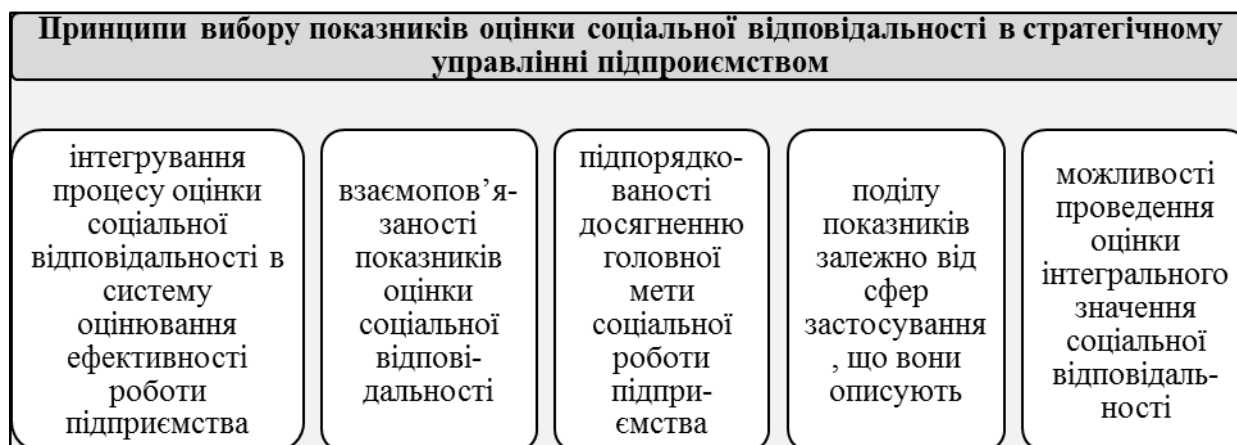


Рисунок 1 – Принципи вибору показників оцінки соціальної відповідальності в стратегічному управлінні підприємством

Джерело: авторська розробка



Використовуючи проаналізовані вище методи оцінки та показники, побудуємо стратегічну карту показників оцінки соціальної відповідальності підприємства (рисунок 2).

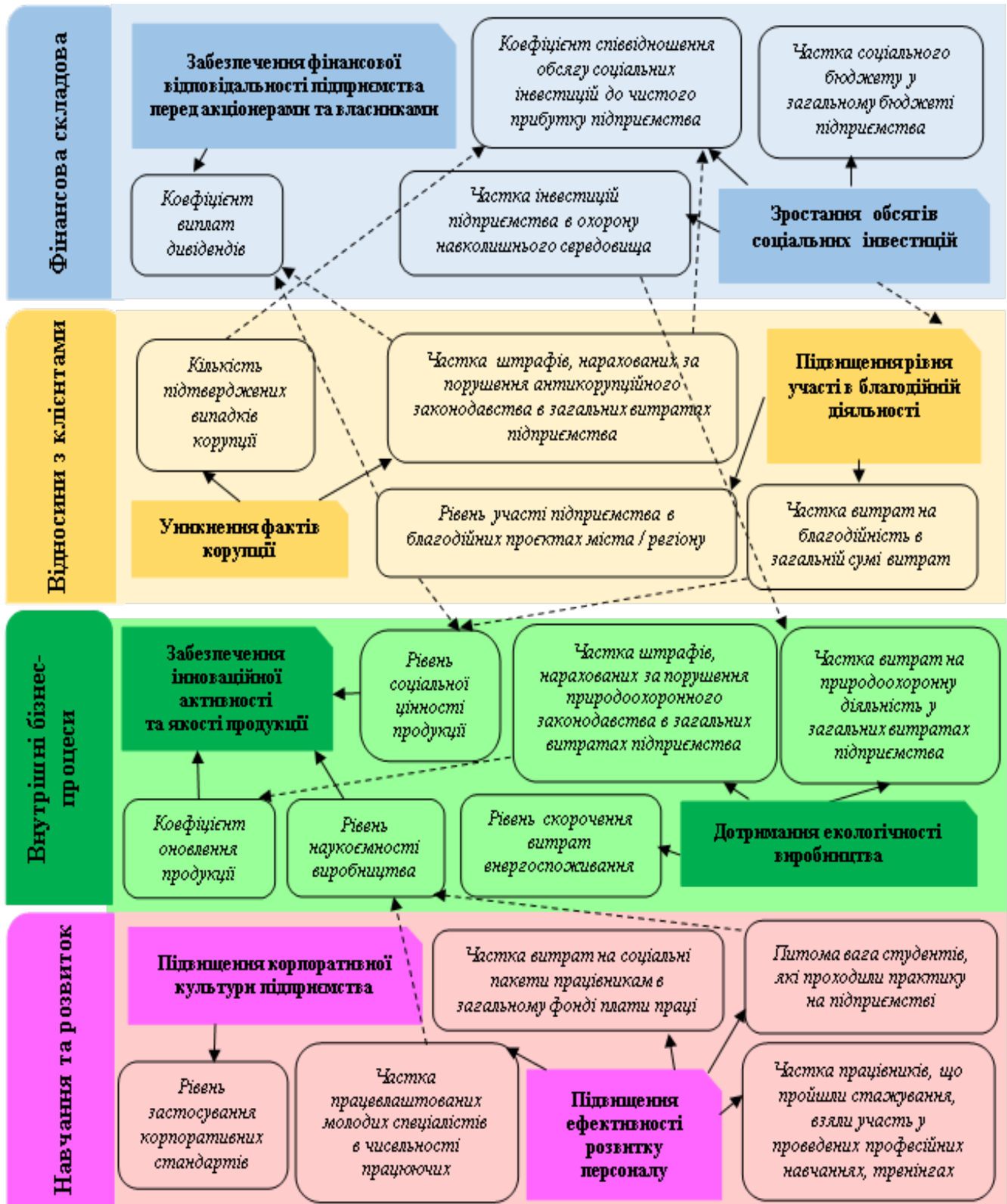


Рисунок 2 – Стратегічна карта показників оцінки соціальної відповідальності підприємства

Джерело: складено автором з використанням [1-6]



Останнім часом збалансована система показників (стратегічна карта) досить активно застосовується українськими та зарубіжними підприємствами в різних сферах економіки. Її ключовим поняттям є «баланс», який має троїстий характер: баланс між фінансовими та нефінансовими показниками, між компонентами зовнішнього та внутрішнього середовища, баланс інтересів працівників з глобальними цілями підприємства. Використання даного інструмента в процесі оцінювання рівня соціальної відповідальності дозволить полегшити як процес оцінки, так і удосконалити систему управління соціальною відповідальністю сучасного підприємства, що є основою його сучасності та інноваційного розвитку.

Висновки.

В статті було розглянуто існуючі в сучасній науці методи оцінювання соціальної відповідальності. Обґрунтовано доцільність використання стратегічної карти як інноваційного інструмента, що включає цільові орієнтири розвитку підприємства в сфері соціальної роботи бізнесу, а також показники, що описують ступені їх досягнення. Розроблено модель стратегічної карти із показниками та стратегічними орієнтирами, що забезпечують спрямування роботи сучасних підприємств на забезпечення фінансової відповідальності підприємства перед акціонерами та власниками, зростання обсягів соціальних інвестицій, підвищення рівня участі в благодійній діяльності, уникнення корупції, забезпечення інноваційної активності, дотримання екологічності виробництва, підвищення корпоративної культури підприємства. Застосування запропонованої моделі дозволить орієнтувати діяльність сучасних підприємств на інноваційний розвиток, в якому важливу роль відіграє соціальна відповідальність, що набуває особливої актуальності сьогодні в умовах війни та у пост воєнний період.

Література:

1. Лагута Я.М. Методичні підходи до експрес-оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємства. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. №12 (52). 2017. С. 694-698.

2. Філіппова С.В., Флиппов В.Ю. Соціальна відповідальність у стратегічному управлінні підприємством: ключові завдання інтеграції за імперативами сталого розвитку. *Економіка трансп. комплексу*. 2020. Вип. 35. С. 177-202.

3. Дерев'янка Т. А. Оцінка соціальної відповідальності та її використання в практиці підприємств. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. 2017. Вип. 34. С. 76–82.

4. Гурочкіна В. В., Кравченко Л. В. Стратегічний аналіз корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 3. Том 3. С. 198–205.

5. Вержбицький М.І. Інструменти оцінки корпоративної соціальної відповідальності. *Сталий розвиток в Україні: проблеми інституційного забезпечення та практичної реалізації*: матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, 12 грудня 2018 р. Краматорськ: ДДМА. 2018. С. 126-



129.

6. Малярець Л.М., Ачкасова О.В. Збалансована система показників як інструмент визначення стратегії підприємства в умовах кризи : монографія. Х. : ХНЕУ, 2012. 304 с.

***Abstract.** The paper considers the features of assessing the social responsibility of a modern enterprise. The most modern methods of assessing the social responsibility of the enterprise substantiated. It is proposed to use a targeted approach to the management and assessment of social responsibility of the enterprise. One of the modern innovative management methods is used - a balanced system of indicators, the result of which is the construction of a strategic map. A model of a strategic map proposed, which will improve the process of corporate social responsibility management as a component of its innovative activity, as well as assess the degree of achievement of its strategic goals in the field of social work.*

***Key words:** innovation development, strategic map, social responsibility, evaluation, management.*