

СОЦІАЛЬНО–ЕКОНОМІЧНА ВЗАЄМОДІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Тимошук Мирослава Романовна, к.э.н., доцент,

Львовский институт ГВУЗ «Университет банковского дела»

Tymoshchuk Myroslava, PhD, Lviv Institute of BU, itymoshchuk@gmail.com

Анотація. Розглянуто теоретико–методологічні положення щодо сутності соціально–економічної взаємодії. Розкрито концептуальні засади побудови та методичні аспекти забезпечення СЕВ, визначено інструментальне забезпечення СЕВ на підприємствах. Аргументовано взаємозв'язок між СЕВ та фінансовими результатами діяльності підприємств.

Ключові слова: фінансові результати діяльності підприємств, соціально–економічна взаємодія, інструментальне забезпечення.

Як свідчить досвід економічно розвинутих країн соціально–економічна взаємодія (СЕВ) підприємств слугує акселератором їхнього сталого розвитку, оскільки спричиняє дію прихованих важелів, таких як лояльність персоналу і клієнтів, позитивний імідж виробника якісної та екологічно чистої продукції, довіра заінтересованих сторін бізнес–процесу, яка спричинена відповідальною та етичною поведінкою підприємств щодо навколишнього (екосистема), внутрішнього та зовнішнього (стейкхолдери) середовища. Таким чином СЕВ на підприємствах є запорукою їх ефективного функціонування та отримання значного фінансово–економічного результату, а складність та багатогранність такої взаємодії породжує необхідність розроблення дієвих інструментів її забезпечення.

Соціально–економічна взаємодія підприємств із середовищем функціонування базується на методологічних засадах соціальної відповідальності – добровільності, переконаності, партнерства, узгодженості, відкритості, довіри, відповідності, обов'язковості, етичності. Дотримання перелічених засад означає, що соціально відповідальне підприємство є свідомим платником податків, дотримується норм чинного законодавства щодо бізнесової діяльності, прагне не допустити негативного впливу виробничої діяльності на екосистему, сприяє розвитку персоналу і підвищенню якості життя населення.

Забезпечення СЕВ на підприємствах досягається шляхом урахування цілей сторін взаємодії та на підставі таких утверджених принципів: переконаності у взаємодії як дієвому засобі розвитку бізнесу, партнерства зі сторонами взаємодії, обов'язковості щодо соціальних зобов'язань і норм чинного законодавства, добровільності щодо участі в програмах регіонального розвитку, узгодженості (збалансованості) інтересів стейкхолдерів, дієвості щодо сталого розвитку, відповідності обсягів і структури соціальних інвестицій економічним результатам діяльності, відкритості у комунікаційній політиці, довіри до стейкхолдерів, етичності бізнесової діяльності.

Процес забезпечення соціально–економічної взаємодії підприємств у середовищі функціонування наведено на рис. 1.



Рисунок 1 – Процес забезпечення соціально-економічної взаємодії на підприємствах

Якщо представити процес забезпечення соціально-економічної взаємодії як поетапно-послідовний, то за ознакою періодичності виконання в ньому можна виокремити три підпроцеси – підготовчий, установчий та регулювальний. Схематично концепцію інструментального забезпечення соціально-економічної взаємодії на підприємствах у середовищі функціонування відображено на рис. 2.

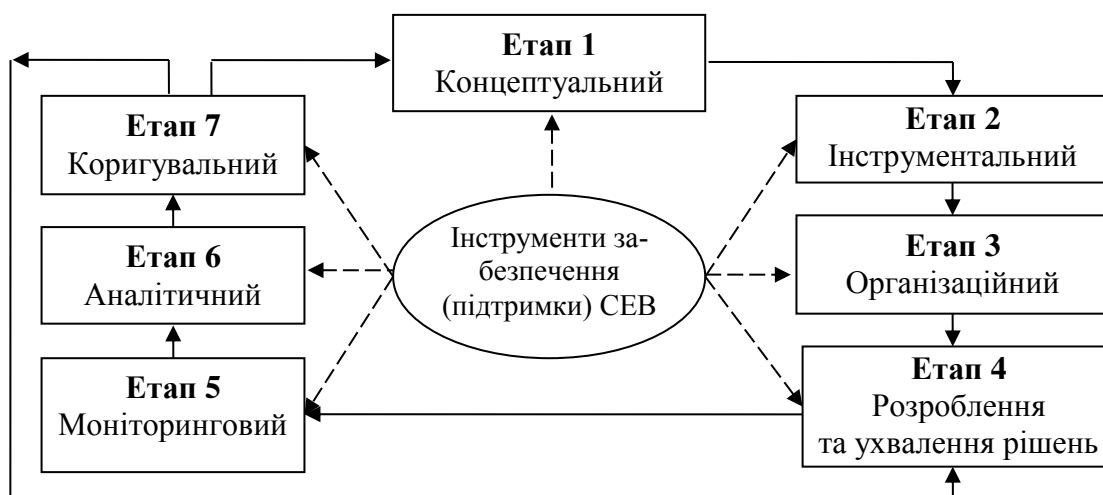


Рисунок 2 – Схема інструментального забезпечення соціально-економічної взаємодії на підприємствах

Підготовчий підпроцес охоплює етап формування концепції та розроблення і застосування інструментів забезпечення соціально-економічної взаємодії, зокрема розроблення та впровадження організаційно-розпорядчих (адміністративних) методів. Установчий підпроцес полягає у розробленні та ухваленні рішень щодо системної взаємодії підприємств з навколишнім, внутрішнім і зовнішнім середовищем на основі забезпечення балансу інтересів сторін взаємодії. Регулювальний підпроцес здійснюється на етапах

моніторингу, аналізу і коригування узгоджених рішень. Основні інструменти забезпечення відображено в таблиці.

Таблиця – Інструменти забезпечення соціально–економічної взаємодії на підприємствах

Етап процесу СЕВ	Інструмент забезпечення (методи)
1. Підготовчий процес	
Концептуальний	Аналізу і синтезу складних соціально–економічних систем; імітаційного моделювання; соціально–економічного прогнозування; сценарного розвитку; прийняття рішень в умовах конфліктності та невизначеності зовнішнього середовища.
Інструментальний	Фінансово–економічного аналізу; аналізу (оцінювання) розвитку підприємств; графоаналітичні методи позиціонування суб'єктів господарювання; стратегічного аналізу; експертні методи; прогнозування соціально–економічних явищ і процесів; імітаційного моделювання; економетричного моделювання; дослідження динамічних рядів.
Організаційні	Адміністративні; владного впливу; матеріального впливу; морального (іміджевого) впливу.
2. Установчий процес	
Розроблення та ухвалення рішень	Аналізу динамічних рядів; кореляційно–регресійний аналіз; стратегічного аналізу; прогнозування соціально–економічних явищ і процесів; економіко–математичні; експертні методи; позиціонування підприємств у просторі соціально–економічної взаємодії; обґрунтування рішень в умовах невизначеності; обґрунтування рішень в умовах конфліктності; обґрунтування стратегій соціально–економічного розвитку; сценарного розвитку; імітаційного моделювання; індикативного планування.
3. Регулювальний процес	
Моніторинговий	Стратегічного, тактичного, оперативного моніторингу; інформаційного моніторингу; базового, проблемного моніторингу; динамічного моніторингу; конкурентного моніторингу; комплексного моніторингу.
Аналітичний	Методи оцінювання фінансово–економічних результатів; експертні методи; оцінювання соціальних результатів; оцінювання взаємозв'язку між соціальними та економічними результатами
Коригувальний	Владного впливу; адміністративні (організаційні); регулювання за відхиленням; матеріального та морального впливу.

Забезпечення соціально–економічної взаємодії заінтересованих сторін призводить до утворення іміджевого, соціального та фінансово–економічного результатів, які у свою чергу становлять основу досягнення цілей сторін взаємодії, сприяють удосконаленню та розвитку бізнесу, що підтверджується досвідом функціонування зарубіжних і вітчизняних соціально відповідальних підприємств [1]. Так за результатами дослідження організацією Economist Intelligence Unit понад 200 компаній встановлено, що їх відповідальна соціально–економічна взаємодія забезпечує ефективність (фінансово–економічну) як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі. Щодо українських підприємств, то за даними Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» майже половина з опитаних підприємств відзначають покращення фінансово–економічних результатів своєї діяльності, понад 60% – відчутний вплив на розвиток регіональної громади, а 70% – на підвищення лояльності персоналу [2].

На думку ряду вітчизняних і зарубіжних науковців (М. Портер, Ф. Котлер, Б. Андрушків, А. Колот, Н. Кизим, Н. Шмиголь, О. Телетов) виникнення іміджевого та

соціального результатів у процесі СЕВ не викликає сумнівів. До числа іміджевих результатів відносять: утвердження соціальної репутації виробника якісної продукції, викликаної довірою споживачів до соціально-відповідального підприємства, усвідомлення зарубіжними партнерами мотивів діяльності підприємства, встановлення довірчих відносин між підприємствами, органами державного управління, місцевого самоврядування і територіальною спільнотою, підвищення інвестиційної привабливості та лояльності персоналу.

Щодо оцінок соціального результату від взаємодії заінтересованих сторін, то можна стверджувати про їх явну корельованість. Більшість науковців відзначають такі види соціального результату: створення передумов для сталого розвитку суспільства внаслідок збереження екосистеми та раціонального використання природних ресурсів, розвиток системи соціального захисту населення, забезпечення гідних умов праці та відпочинку, належна мотивація праці та розвиток персоналу, підтримка соціальної та творчої активності регіональної громади.

Іміджеві та соціальні результати СЕВ впливають на появу фінансово-економічних результатів, принаймні через преференції, які отримують соціально відповідальні виробники продукції від лояльних споживачів і персоналу та партнерських відносин з бізнес-спільнотою. У дослідженнях Г. Башняніна, Л. Гончарук відзначено три напрями впливу соціальних процесів на економічну систему – суто соціальний, фінансово-економічний та духовно-інтелектуальний, кількісне оцінювання яких становить предмет метрологічного аналізу [3, 46–47].

Враховуючи, що іміджеві та соціальні результати вимірюються якісними величинами, а фінансово-економічні – кількісними, то взаємозв'язок між ними можна описати з допомогою такої економетричної моделі

$$y = b_0 + b_1 \cdot d_1 + b_2 \cdot d_2 + \varepsilon, \quad (1)$$

де y – кількісна оцінка фінансово-економічного результату (фінансово-економічна віддача від соціальних інвестицій); d_1 – *dummy*-змінна, з допомогою якої кількісно відображають вплив якісного чинника – іміджу виробника; d_2 – *dummy*-змінна, з допомогою якої кількісно відображають вплив якісного чинника – соціально відповідальної діяльності підприємства; b_0 , b_1 , b_2 – параметри моделі; ε – випадкова величина.

Недосконалість, а у більшості випадків – відсутність відповідного інформаційного забезпечення ускладнює побудову адекватних економетричних моделей вигляду (1) на цей час, однак така можливість стане реальністю із затвердженням добровільної нефінансової звітності підприємств.

Необхідно зазначити, що фахівці не дають однозначної відповіді щодо оцінки впливу СЕВ на фінансово-економічні результати діяльності підприємств. Відзначаючи наявність достатньо слабкої позитивної кореляції, опитані керівники компаній стверджують про необхідність і доцільність забезпечення соціально-економічної взаємодії на підприємствах як важливого фактору впливу на їх розвиток у довгостроковій перспективі [4]. Науковці наводяться дані про позитивний вплив соціального фактора на фінансово-економічні показники діяльності соціально відповідальних підприємств порівняно з іншими підприємствами за результатами тривалих (10–15 років) спостережень [5].

Вплив іміджевих і соціальних результатів на фінансово-економічні показники діяльності підприємств можна вважати незаперечним, аналогічно як і твердження про неможливість досягнення соціальних результатів за відсутності фінансово-економічних, про що неодноразово наголошувалося у працях Б. Гарилишина, Л. Керолла, П. Друкера, Ф. Котлера та інших науковців.

Як підтверджують результати дослідження, навіть за достатньо слабкої кореляції між соціальними та фінансово-економічними результатами, вплив СЕВ на соціально-економічний розвиток підприємств у довгостроковій перспективі є відчутним на кожному з етапів процесу СЕВ. Запропонована концепція інструментального забезпечення соціально-економічної взаємодії дозволить досягнути зростання фінансово-економічного результату

діяльності підприємства та передбачає необхідність розроблення спеціальних або застосування існуючих інструментів на кожному з трьох підпроцесів.

Список використаних джерел:

1. Кицак Т. Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах [Текст] / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Соціально–трудова відносина: теорія та практика : зб. наук. пр. / Київ. нац. екон. ун–т ім. Вадима Гетьмана. – 2014. – № 1 (7). – С. 171–178.
2. Офіційний сайт Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>.
3. Башнянін Г. І. Ефективність соціалізації економічних систем: методологічні проблеми метрологічного аналізу [Текст] / Г. І. Башнянін, Л. Я. Гончарук – Львів : Новий світ–2000, 2010. – 240 с.
4. Ресурсономіка: теоретичні та прикладні аспекти [Текст] : монографія / Б. М. Андрушків, І. П. Вовк, Ю. Я. Вовк [та ін.]. – Тернопіль : Терно–Граф, 2012. – 456 с.
5. Шмиголь Н. М. Управління рівнем корпоративної соціальної відповідальності як механізм отримання КСВ–доходу підприємством [Електронний ресурс] // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – Вип. 3. – С. 197–201 – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_3/files/DU310_40.pdf.