

2. Необхідним є використання ефекту як вирішального параметра процесу управління маркетинговими комунікаціями: враховуючи попередній досвід клієнтів і особливості сприйняття повідомлень цільовими аудиторіями необхідно створити заклик, тему, ідею або унікальну комерційну пропозицію, які залучать додаткового споживача чи партнера.

3. Важливим є раціональне планування каналів подання інформації до споживачів: для передачі готового повідомлення аудиторії необхідно вибрати найбільш ефективний канал комунікації.

4. Управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві має відбуватись за принципом зворотного зв'язку: передавач по каналах зворотного зв'язку повинен оцінити відгук цільової аудиторії на передані повідомлення.

Література

1. Балабанова Л.В., Крутушкіна О.В. Комплексний підхід к стратегическому управлению маркетинговими коммунікаціями підприємства // Экономика, предпринимательство и право. — 2012. — № 6 (17). — С. 52–58.

2. Майовець Є., Кузик О. Маркетингові комунікації / Є.Й. Майовець, О.В. Кузик. — Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. — 192 с.

3. Примак Т. О. Маркетингові комунікаційні стратегії: комплексний підхід до їх класифікації // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць — Спец. вип. Маркетинг: теорія і практика. — К.: КНЕУ, 2009. — 653 с.

4. Романенко О.О. Сутність та процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій / О.О. Романенко // Економічний вісник НГУ Маркетинг. — 2010. — №1. — С. 112–119.

5. Стеценко В.В. Удосконалення маркетингових комунікаційних стратегій підприємств споживчої кооперації України / В.В. Стеценко // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. — 2011. — №1. — С.184–189.

6. Эванс Дж. Р. Маркетинг / Дж. Р. Эванс, Б. Берман ; пер. с англ. — М.: Сирин, 2002. — 308 с.

7. Крутушкіна О.В. Концепція стратегічного управління маркетинговими комунікаціями / О.В. Крутушкіна // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Tiru/2009_28_3/7.pdf

Стаття надійшла до редакції 21.03.2014

УДК 334.72:330.16

Хлевицька Т. Б., к.е.н.,
доцент Донецького національного
університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ІНТЕГРАТИВНІЙ ПЛАТФОРМІ

Анотація. У статті запропоновано методику інтегральної оцінки ефективності діяльності підприємств в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Продемонстровано можливості поєднання концепції «потрійного результату» зі збалансованою системою показників для отримання полівекторної оцінки корпоративної соціальної діяльності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна діяльність, інтегральна оцінка, комплексність, концепція «потрійного результату», збалансована система показників.

Вступ. Сучасний етап розвитку українського суспільства яскраво свідчить про ігнорування моральних та етичних цінностей майже на всіх рівнях суспільного життя. Декларативно визнаючи факт існування корпоративної соціальної відповідальності, більшість вітчизняних підприємств або взагалі не реалізує принципи соціальної відповідальності, або використовує їх обмежено.

За таких умов очевидною стала потреба в обґрунтуванні певного методичного інструментарію, результати застосування якого могли б виступати дієвим аргументом у переконанні бізнес-спільноти щодо очевидної користі здійснення заходів у сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Постановка задачі. Бажання бізнесу зрозуміти перелік і обсяг вигід та ефектів, що виникають при здійсненні корпоративної соціальної діяльності, зумовило зростання кількості наукових досліджень, присвячених пошукам методів і механізмів їх визначення. Враховуючи, що КСВ як наукова концепція і вид діяльності фактично є «запозиченою» з заходу, стає зрозумілим, що великий внесок у демонстрацію вигід від застосування її принципів зробили видатні західні вчені, зокрема, М. Фримен [14], П. Друкер [11], М. Портер [13] та багато інших. На пострадянському просторі розвиток концепції КСВ пов'язують з іменами Ю. Благова [2], А. Савченка [5], М. Сторчевого [7]. Серед вітчизняних вчених дослідженням місця КСВ у системі корпоративного управління займалися А. Садеков [6], Д. Баюра [1], Н. Супрун [8], О. Петроє [4] та ін.

Водночас проблема оцінки результатів реалізації заходів із КСВ, особливо з урахуванням усіх можливих наслідків, яка б доводила та слугувала кількісним аргументом бізнесу щодо необхідності, значущості та перспективності здійснення корпоративної соціальної діяльності, в повному обсязі, на жаль, не вирішена.

Метою статті є розробка методичного підходу до оцінки ефективності реалізації заходів з корпоративної соціальної відповідальності.

Результати. Проведені теоретичні дослідження існуючих методичних підходів до оцінки ефективності витрат на соціальні заходи [9, 10] довели необхідність застосування комплексної, інтегральної оцінки сукупності приватних показників окремих складових соціальних інвестицій. Це зумовлено обмеженістю поодиноких приватних індикаторів по-перше, у створенні комплексного уявлення про певне економічне явище, а по-друге, в унеможливленні формування єдиного бачення причинно-наслідкових зв'язків у ланцюгу «причини — процеси — результат».

Інтегральним слід визнавати показник, який однозначно відображає узагальнений, сумарний стан підприємства (підрозділу, ресурсу, процесу) в певний момент часу. Оцінка його динаміки дасть змогу виявити основні тренди в розвитку підприємства або окремих його видів діяльності, в тому числі й із соціальної відповідальності, а його моніторинг дозволить виявити причини і запропонувати шляхи раціональнішого управління діяльністю у сфері КСВ.

В основі пропонованого методичного підходу лежить система вимог, яким має відповідати інформаційне забезпечення інтегральної оцінки заходів у сфері КСВ, зокрема:

— для розрахунку інтегрального показника мають бути відібрані приватні показники, що найбільшою мірою відображають ключові (характерні) аспекти діяльності підприємства в сфері КСВ;

— з метою забезпечення якості та коректності розуміння отриманих результатів інтегральної оцінки серед відібраних показників слід виокремити лише ті, що мають однозначне трактування і можуть бути приведені до однакових одиниць вимірювання;

— при відборі приватних показників для інтегральної оцінки діяльності підприємств у сфері КСВ обов'язково слід враховувати її «кінцевого споживача»: так, якщо інтегральна оцінка орієнтована на зовнішніх стейкхолдерів, доцільним стає використання агрегованих даних статистичної та фінансової звітності підприємств.

Проведення інтегральної оцінки ефективності діяльності підприємства в сфері КСВ пропонується здійснювати в певній послідовності (рис. 1).

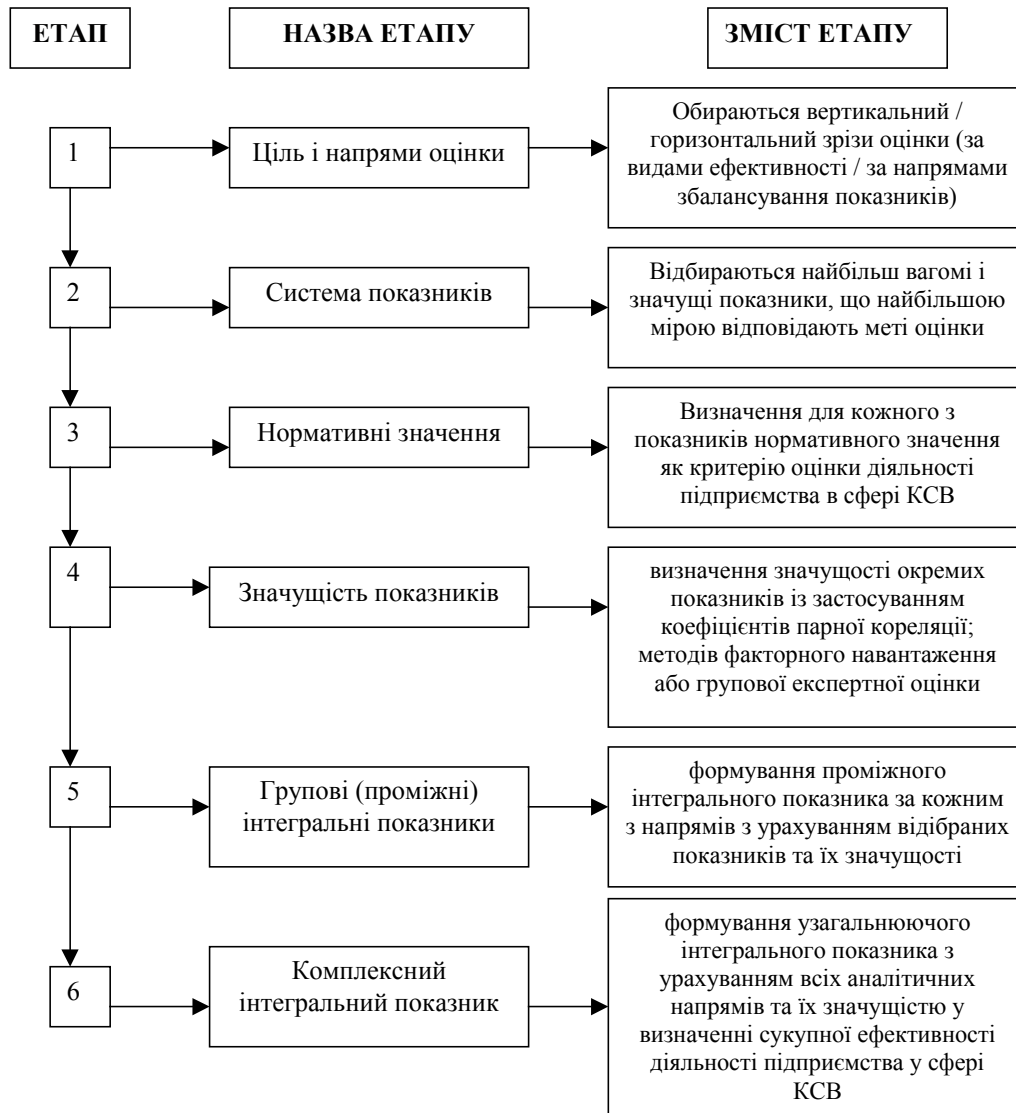


Рис. 1. Алгоритм інтегральної оцінки ефективності корпоративної соціальної діяльності підприємств [авторська розробка]

Запропонована методика ґрунтується на розумінні причинно-наслідкових зв'язків між здійсненням соціальних та /або екологічних інвестицій та економічними результатами КСВ-діяльності підприємства. Вона передбачає розрахунок трьох проміжних та узагальнюючого інтегральних показників:

Проміжні інтегральні показники	⌈	• про економічну ефективність діяльності у сфері КСВ;
		• про соціальну ефективність діяльності у сфері КСВ;
		• про екологічну ефективність діяльності у сфері КСВ;
		• узагальнюючий інтегральний показник ефективності КСВ-діяльності.
	⌋	

В основі структуризації приватних (первинних) показників лежить принцип віддзеркалення економічної, соціальної та екологічної ефективності заходів в сфері КСВ, тобто інтегральна оцінка заходів у сфері КСВ ґрунтується на концепції «потрійного результату» [12]. Крім того, розуміння необхідності здійснення корпоративної соціальної діяльності на системній основі, а також потенційної сили її впливу на стратегічну захищеність підприємства зумовлюють доцільність забезпечення збалансованості приватних показників [3]. Такий підхід дозволяє здійснювати горизонтальний (у розрізі напрямів збалансування показників) і вертикальний (за видами очікуваної ефективності) інтегральний аналіз ефективності корпоративної соціальної діяльності підприємства.

Кожен приватний показник включає три елементи: фактичне значення показника, нормативне (рекомендоване, цільове) значення показника і його значущість. При порівнянні фактичного і нормативного значення визначається ступінь досягнення конкретним показником його норми.

Якість інтегральної оцінки ефективності управління діяльністю підприємства в сфері КСВ безпосередньо залежить від обраних нормативів, які є орієнтирами при ухваленні управлінських рішень, і способу присвоєння значущості окремим показникам. Найточніші результати можуть бути отримані при використанні індивідуального підходу до визначення нормативів показників і їх значущості для окремого підприємства.

Для забезпечення об'єктивності інтегральної оцінки ефективності управління в підприємствах ступінь досягнення нормативу може бути розрахована за таким алгоритмом:

1. Якщо фактичне значення показника менше 0, то ступінь досягнення нормативу приймається рівною за 0.

2. Якщо фактичне значення показника дорівнює нормативу, вираженому числом (або потрапляє в нормативний інтервал), то ступінь досягнення нормативу приймається рівною 1.

3. Якщо фактичне значення показника перевищує норматив більше, ніж у 4 рази, то ступінь досягнення нормативу приймається рівною 4.

4. Якщо нормативне значення показника виражене числом, то ступінь досягнення нормативу розраховується діленням фактичного значення показника на його норматив.

5. Якщо нормативне значення показника виражене інтервалом, то:

- при фактичному значенні показника менше нижньої межі інтервалу ступінь досягнення нормативу розраховується діленням фактичного значення показника на нижню межу нормативу;

- при фактичному значенні показника більше верхньої межі інтервалу ступінь досягнення нормативу розраховується діленням верхньої межі нормативного інтервалу на фактичне значення показника.

Визначення значущості окремих показників при проведенні інтегральної оцінки ефективності КСВ-діяльності необхідне для виявлення важливості кожного показника (напрямку збалансування, складової ефективності) для конкретного підприємства (структурного підрозділу, ресурсу, процесу). Значущість є показником, що найбільшою мірою вимагає індивідуального підходу. Вона може відрізнятися не тільки залежно від специфіки діяльності окремих підприємств, але також бути різною в різні періоди часу на одному підприємстві.

До основних способів розрахунку значущості показників слід віднести:

- на основі матриці коефіцієнтів парної кореляції;
- на основі факторного навантаження;
- на основі групової експертної оцінки.

Найдоцільнішим є визначення значущості показників експертним шляхом на основі проведеного раніше ранжування показників економічної, соціальної та екологічної важливості. Значущість показників має бути виражена десятковим дробом, так, аби в сумі значущість окремих напрямів аналізу складала 1. При формуванні інтегрального показника ефективності КСВ-діяльності напрямом збалансування показників в межах кожного з видів ефективності, кожному виду ефективності привласнюється індивідуальна значущість залежно від пріоритетності того або іншого параметру.

Інтегральну оцінку окремої складової ефективності заходів у сфері КСВ з урахуванням значення та вагомості приватного показника, а також значущості балансової групи у загальній оцінці складової ефективності пропонується визначати за формулою:

$$I_j = \sum_{i=1}^n (S_{ij} \times d_{ij} \times f_q), \quad (1)$$

де I_j — інтегральний показник відповідно економічної, соціальної та екологічної ефективності діяльності в сфері КСВ на підприємстві;

S_{ij} — рівень досягнення приватним показником його нормативного (рекомендованого, цільового) значення;

d_{ij}, f_q — значущість приватного показника та напрямку збалансування показників в інтегральній оцінці певного виду ефективності (економічної, екологічної, соціальної тощо), частка одиниці.

На основі узагальнення результатів, отриманих при дослідженні окремих видів ефективності, може бути розрахований інтегральний показник ефективності діяльності в сфері КСВ, який дозволяє отримати загальну оцінку ситуації). Даний показник розраховується як середня арифметична зважена часткових інтегральних показників (економічної, соціальної та екологічної ефективності), де вагами виступає важливість того або іншого виду ефективності для окремого підприємства:

$$I_{КСВ_j} = \frac{I_{eej} * k_{eej} + I_{cej} * k_{cej} + I_{екоеj} * k_{екоеj}}{k_{eej} + k_{cej} + k_{екоеj}}, \quad (2)$$

де $I_{КСВ_j}$ — інтегральний показник ефективності діяльності в сфері КСВ окремого підприємства;

I_{eej} , I_{cej} , I_{ekoej} — інтегральний показник, що характеризує економічну, соціальну, екологічну ефективність діяльності в сфері КСВ в окремому підприємстві;

K_{eej} , K_{cej} , K_{ekoej} — важливість забезпечення економічної, соціальної та екологічної ефективності діяльності в сфері КСВ в окремому підприємстві.

При інтерпретації отриманих результатів інтегральної оцінки ефективності діяльності в сфері КСВ слід пам'ятати, що за умови дотримання підприємством усіх нормативних значень значення інтегрального показника дорівнюватиме 1. Тому, значення інтегрального показника менше за 1 свідчить про невідповідність досягнутого рівня ефективності нормативному (бажаному). І, навпаки, перевищення інтегральним показником 1 засвідчує досягнення підприємством бажаного рівня результативності КСВ-діяльності та може вказувати на необхідність перегляду орієнтирів результативності КСВ-діяльності.

Слід зауважити, що висновки тільки на базі інтегрального показника носять загальний, орієнтовний характер, виконують допоміжну (хоча і важливу) функцію визначення характеру зміни в результатах реалізації як окремих КСВ-програм, так і всієї діяльності в сфері КСВ.

Висновки. Запропонована методика дозволяє використовувати інтегральні моделі не тільки в цілях аналізу, але й у процесі прогнозування ефективності соціального відповідального інвестування. Задаючи значення окремих параметрів можна визначити ступінь їх впливу на ефективність діяльності підприємства в цілому.

Запропонований методичний підхід розрахунку інтегральних показників дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень не тільки за рахунок якісної зміни аналітичної інформації, але й за рахунок забезпечення взаємодії аналітиків і керівників у процесі використання гнучких прогнозно-аналітичних моделей, які відповідають особливостям діяльності підприємства.

Література

1. *Баюра Д. О.* Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. пр. (за заг. ред. проф. Сханурова Ю.І., Шегди А. В. Вип. 24. — К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. — С. 212—219.
2. *Благов Ю. Е.* Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: монография. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. — 272 с.
3. *Каплан Р., Нортон Д.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию [Текст] — М.: Олимп-бизнес, 2003. — 216 с.
4. *Петрос О.М.* Соціальний діалог у державному управлінні: європейський освід та українські реалії: монографія / О.М. Петрос. — К.: НАДУ, 2012. — 304 с.
5. *Савченко А.А.* К методологии оценки корпоративной социальной деятельности // Вестник Санкт-петербургского университета. Серия «Менеджмент». — 2009. — № 3. — С. 121—148.
6. *Садєков А. А.* Ідеї М.І.Туган-Барановського й еволюція концепції відповідального підприємництва // Михайло Іванович Туган-Барановський: особистість, творча спадщина і сучасність. — Донецьк: Каштан, 2007. — С. 229—308.
7. *Сторчевой М.А.* Нормативная этика бизнеса: проблемы применения // Вестник Санкт-петербургского университета. Серия «Менеджмент». — 2009. — № 4. — С. 76—106.
8. *Супрун Н. А.* Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку // Економіка і прогнозування. — 2009. — №3. — С. 61—74.

9. Шубаева Н. А. Методы оценки эффективности социальных инвестиций // Управление в социально-экономических системах. — 2008. — № 3. — С. 64—68.

10. Шихвердиев А. П., Серяков А. В. Качественный и количественный индекс социальных инвестиций как показатель корпоративной социальной ответственности / А. П. Шихвердиев, А. В. Серяков // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. — 2008. — №4. [Электронный документ] // Режим доступа: <http://koet.syktsu.ru/vestnik/2008/2008-4/9/9.htm>

11. Drucker, Peter F. (1984), «A New Look at Corporate Social Responsibility,» *McKinsey Quarterly*, Autumn 4, 17-28.

12. Patel S. Triple Bottom Line and Eco-Efficiency: Where to Start? [Elektronniy resurs] — Rezhim dostupu [Available at]: https://www.ecogreenhotel.com/ecogreen-newsletter/EGH_Feb/eco-feature-tbl.html

13. Porter Michael, Kramer Mark, (2006), «Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility» *Harvard Business Review*, December 2006, 15-1.

14. Friedman M., (1970) «The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits» *New York Times Magazine*, September 13, 51-5.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2014

УДК 338.262

Черпак А. Є., к. е. н.,
докторант кафедри менеджменту
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
antonina.cherpak@gmail.com

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Анотація. Стаття присвячена дослідженню проблем в організації та здійсненні корпоративного управління, зокрема, факторів побудови системи корпоративного управління, які призвели до корпоративних скандалів і банкрутства великих корпорацій. Запропоновано методичні підходи до оцінки якості побудови системи корпоративного управління, впровадження яких забезпечить розвиток технологій оцінки якості корпоративного управління.

Ключові слова: корпоративне управління, система корпоративного управління, якість побудови системи корпоративного управління, стейкхолдери.

Постановка проблеми. Здійснення корпоративного управління в Україні характеризується наявністю стільки проблем інституціонального характеру, звичайних для розвитку будь-якої управлінської системи проблем становлення та росту, що поза увагою дослідників, які займаються проблематикою корпоративного управління в Україні, залишаються питання «технічного» характеру, внутрішньої організації роботи органів управління, формування їх кадрового складу. Іншими словами питання якості побудови системи корпоративного управління акціонерних товариств.