

тологии. Поэтому вместо некорректного словосочетания «состязательность и «соперничество» следовало бы применить выражение «состязательность (соперничество)»:

- во-вторых, если условно принять авторскую редакцию данного утверждения, то все равно в нем вместо некорректного слова «предполагают» следовало бы употребить словосочетание «предполагает их»;

- в-третьих, содержание второго предложения вкпе с содержанием первого предложения по сути представляют собой второй неприемлемый для научных статей и рецензируемых журналов факт продуцирования тавтологии. Поэтому во избежание этого факта следовало бы из первого предложения убрать слово «способность» и вместо некорректного слова «конкурентными» употребить в нем слово «конкурентоспособными», а второе предложение целиком изъять из утверждения 3;

б) что касается содержательной научной ценности утверждения 3, то здесь следует отметить следующее:

- во-первых, авторская попытка разъяснить суть определения понятия «конкурентоспособность» оказалась неудачной не только из-за неграмотной редакции формулировок утверждения 3, но и по причине того, что в этих формулировках, свойственных для всей общей человеческой деятельности, никак не отражена экономическая составляющая, поскольку в них отсутствуют какие-либо соответствующие термины: «рынок», «товар», «услуга», «потребитель», «производитель», «потребность», «спрос», «предложение» и др.;

- во-вторых, как уже было выяснено в настоящей работе выше, суждение автора утверждения 3 о том, что де «именно маркетинговый подход определяет понятие «конкурентоспособность», является недостоверным.

Таким образом стремление относящегося к морскому вузу автора анализируемой статьи как-то привязать общие научные и практические представления об определении категории «конкуренция» к проблеме оценки и формирования «конкурентоспособности морских портов» не получило должного исследовательского воплощения.

Список использованной литературы

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: ООО "ИТИ Технологии", 2003. – 944 с.
2. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков / Н.М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2010. – 906 с. (Учебники ГУ – ВШЭ).
3. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2019, - 442 с. (учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).
4. Сломан Дж. Основы экономики: учебник. – М.: Изд-во Проспект, 2005, 568 с.
5. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с. (Серия «Бизнес-класс»).
6. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин – М.: Рус. яз., 1998. – 848 с.
7. Антология экономической классики. = В 2-х томах, - Т. 1. = М.: МП «ЭКОНОВ», 1991. – 475 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990. 736 с.
9. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999, - 804 с.
10. Классика маркетинга. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с.
11. Светуныков С.Г. Конкуренция и предпринимательские решения / С.Г. Светуныков, А.А. Литвинов. – Ульяновск: Издательство «Корпорация технологии продвижения», 2000. – 256 с.
12. Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник. – М.: Рус. яз., 1999. – 495 с.

Poplavska O.V.

lecturer of the Economic Theory Department
Khmelnitskyi National University

Поплавська О.В.

викладач кафедри економічної теорії
Хмельницький національний університет

EVALUATION OF THE LEVEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ОЦІНКА РІВНЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуто теоретичні та методичні підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств машинобудівного комплексу Хмельницької області. Систематизовано складові елементи соціальної відповідальності підприємств. Використовуючи метод коефіцієнтів та розрахувавши інтегральні показники складових елементів корпоративно-соціальної відповідальності визначено рівні соціальної відповідальності досліджуваних підприємств. Досягнення належного рівня корпоративно-соціальної відповідальності позитивно впливає на сприятливий психологічний клімат на підприємстві, ефективне використання трудового потенціалу та підвищення конкурентних переваг господарюючих суб'єктів.

Ключові слова: корпоративно-соціальна відповідальність, оцінка рівня соціальної відповідальності, коефіцієнт конкордації, інтегральні показники корпоративної соціальної відповідальності

Summary: In the article the theoretical and methodical approaches to the evaluation of corporate social responsibility of the enterprises of the machine-building complex in the Khmelnytsky region are reviewed. The components of social responsibility of enterprises are systematized. Using the coefficient method and calculating the integral indicators of the components of corporate social responsibility, the levels of social responsibility of the investigated enterprises are determined. Achieving a proper level of corporate social responsibility positively affects on the favorable psychological climate at an enterprise, on efficient use of labor potential and on increasing of competitive advantages of business entities.

Key words: corporate social responsibility, evaluation of the level of social responsibility, coefficient of concordance, integral indicators of corporate social responsibility.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується суттєвими змінами в усіх сферах соціального та економічного життя. Довготривалий економічний спад після відновлення незалежності України обумовив зниження соціальної активності підприємств, а сучасні кризові тенденції негативно позначаються на виконанні соціальних функцій державою. Поряд з постійними трансформаційними процесами така ситуація призводить до зниження якості життя й негативно впливає на розвиток економіки. Впровадження принципів соціальної відповідальності в бізнес-процеси виступає чинником подальшого розвитку підприємства та набуває першочергового значення при вирішенні низки соціальних проблем. Разом із тим, недостатньо розробленими в практичному й теоретичному плані залишаються питання, пов'язані з оцінкою рівня соціальної відповідальності, доцільністю підвищення соціальної активності, удосконаленням структури соціально орієнтованих витрат. Отже, існує нагальна потреба в науковому обґрунтуванні та подальшій розробці методичних підходів до оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різномісним аспектам забезпечення соціальної відповідальності підприємств присвячені фундаментальні праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, як: Дж. Акерлофа, Н. Балабанової, Г. Боуена, С. Гончарова, О. Грішної, Л. Грицини, П. Друкера, Н. Зубаревича, Я. Жаліло, С. Ілляшенка, А. Колота, Ф. Котлера, Д.Котлярова, Н. Кричевського, О. Лазаренко, К. Левіна, С. Литовченка, С. Мішеніна, Р. Нурсева, К. Оксінюда, О.Олійник, М. Портера, Р. Пустовійта, П. Тархова, О. Телетова, М. Фрідмена, А. Чирикова, А. Шевчука, І. Царик та ін.

Виділення невирішених проблем. Незважаючи на значну кількість досліджень, варто зазначити, що до проблеми оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності спостерігається науковий інтерес. Однак аналіз проблематики оцінки рівня корпоративно-соціальної відповідальності підприємств, визначення основних критеріїв оцінювання КСВ потребує подальшої розробки. Поза увагою залишаються питання опрацювання та подання статистичної інформації про стан корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві. Саме це зумовили необхідність проведення дослідження.

Метою дослідження є аналіз теоретичних основ та практичного застосування методичних підходів щодо оцінки рівня корпоративно-соціальної

відповідальності промислового підприємства. Для досягнення поставленої мети дослідження визначено такі наукові завдання: 1) проведення комплексного аналізу методичних підходів до оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства; 2) визначення складових елементів системи соціальної відповідальності; 3) аналіз складових соціальної відповідальності машинобудівних підприємств Хмельницької області; 4) характеристика напрямів впровадження запропонованої методики оцінки рівня корпоративно-соціальної відповідальності промислових підприємств з використанням інтегрального показника.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація підприємством будь-яких соціально відповідальних програм вимагає прикладання певних зусиль і, як правило, пов'язана зі значними витратами. Так, окремі підприємці вважають, що бізнес за своєю природою вже є соціально відповідальним завдяки лише тому, що існує, оскільки сприяє зайнятості населення, створює робочі місця, задовольняє суспільні потреби у товарах та послугах, виплачує заробітну плату, сплачує податки [1, с.98]. Одним із мотивів реалізації соціально відповідальних заходів є бізнес-переваги, які отримує соціально активне підприємство, так як його діяльність активно висвітлюється в ЗМІ, є рекламою і сприяє завоюванню й збереженню позитивного іміджу компанії. Так, за результатами дослідження, більшість американських споживачів скоріше за все нададуть перевагу тому бренду, який в їхній свідомості асоціюється як соціально відповідальний; більше 85% випускників американських вишів прагнуть працювати в компаніях, які дотримуються принципів КСВ, 75% інвесторів відзначили соціально відповідальну поведінку підприємства як ключовий індикатор при виборі об'єкта інвестування [2, с. 5].

Також є низка підприємств, для яких соціальна відповідальність є, скоріше, обов'язком, а ніж добровільним вибором. Мова йде про компанії, що беруть участь в реалізації соціально відповідальних заходів у рамках виконання законів України, у відповідь на запити органів державної та місцевої влади чи профспілки, а також на вимогу іноземних партнерів чи материнської компанії. Однією із найважливіших і навіть обов'язкових сфер реалізації КСВ є відповідальність бізнесу перед державою щодо своєчасної та повної сплати податків і платежів до бюджету. Варто зазначити, що в означеній площині держава та бізнес мають виступати рівноправними партнерами: держава повинна створювати сприятливі умови для ведення бізнесу, запобігати корупції та утворенню тіньових схем формування

додаткової вартості, а бізнес у свою чергу – вчасно сплачувати податки. Адже, якщо держава не виконує свою роль щодо створення і збереження сприятливих умов для розвитку бізнесу і захисту прав власників, бізнес отримує привід ухилятися від виконання повною мірою своїх зобов'язань перед державою [1].

Соціально відповідальна поведінка підприємства перед державою на практиці проявляється у: веденні бізнесу на основі дотримання законодавчо закріплених правил господарювання; чесному нарахуванні й сплаті всіх податків і обов'язкових платежів; неприйнятності таких «форм спілкування» з державними органами влади як «кумівство», тиск, хабарі; участі у програмах публічно-приватного партнерства. Більшість соціально відповідальних українських підприємств вагому роль відводить реалізації соціально відповідальних заходів саме у сфері розвитку власного персоналу. Серед яких можна визначити такі основні напрями реалізації соціальної відповідальності підприємства у сфері трудових відносин такі як розвиток і навчання власного персоналу; неприпустимість використання дитячої та примусової праці; реалізація заходів щодо покращення умов та безпеки праці; економічне забезпечення і матеріальне стимулювання працівників; розвиток соціальної інфраструктури підприємства та соціального забезпечення працівників; дотримання прав і свобод працівників, передбачених Конституцією України, Кодексом законів про працю та іншими нормативними документами; відсутність дискримінації за статевим, віковим і іншими факторами; сприяння в реалізації права громадян на свободу профспілкових та інших об'єднань тощо [3].

У сучасних реаліях не менш важливою є соціальна відповідальність підприємства у взаєминах з бізнес-партнерами, яка проявляється у: дотриманні вимог безпеки та охорони здоров'я споживачів; дотриманні принципів надійності, відповідальності, гідності та ділової етики у ставленні до споживачів і бізнес-партнерів; ринковій діяльності на засадах чесної та добросовісної конкуренції.

Соціальна відповідальність підприємства щодо навколишнього середовища проявляється в реалізації таких заходів, як: використання ресурсо- та енергозберігаючих технологій; мінімізація негативного впливу на довкілля через обмеження шкідливих викидів у навколишнє середовище та використання й утилізації відходів; економне використання, захист та відновлення природних ресурсів.

Соціальна відповідальність підприємства перед суспільством, а особливо перед місцевою громадою, знаходить свій прояв у наданні благодійної допомоги та ініційованні й реалізації благодійних програм; у реалізації заходів з розвитку соціальної інфраструктури і благоустрою територіальної громади, в межах якої знаходиться підприємство; в участі у регіональних програмах зайнятості населення чи економічного розвитку регіону [3, с. 99-100].

Оцінювання рівня корпоративної соціальної відповідальності в Україні ускладнюється тим, що

складання соціальних звітів є необов'язковим, єдиний стандарт відсутній, відповідно, такі звіти складає незначна кількість підприємств, а інформація, яка міститься у таких звітах, часто не дозволяє проводити порівняльний аналіз рівня соціальної відповідальності різних підприємств. Тому для розрахунку індексів оцінювання рівня КСВ використовуються як публічна, так і внутрішня інформація про підприємство через опитування всіх зацікавлених сторін. Недостатній рівень розвитку КСВ в Україні пояснюється наявністю низки стримуючих факторів, таких як нестача фінансових ресурсів, недосконалість чинного законодавства у сфері соціальної відповідальності бізнесу, складність визначення економічного ефекту від соціально відповідальної діяльності, відсутність належних стимулів розвитку соціальної відповідальності. Ступінь впливу цих факторів на підприємства різних розмірів має певні відмінності. Перспективними заходами, які можуть стимулювати розвиток соціально відповідальної діяльності серед українських підприємств, є запровадження податкових пільг, зменшення адміністративного та регуляторного тиску на суб'єктів бізнесу, а також залучення підприємств до реалізації соціальних та екологічних проектів місцевого розвитку.

На думку І.М. Царик, найважливішими показниками рівня корпоративної соціальної відповідальності є заробітна плата, обсяг сплачених податків, витрати на благодійність, екологічні платежі та витрати на науково-технічну роботу [4]. Запропоновані показники є дійсно інформативними для визначення рівня соціальної відповідальності підприємств на регіональному чи загальнодержавному рівні, проте вважаємо, що цей перелік потребує деякого уточнення. Зокрема, замість показника «заробітна плата» більш доцільно використовувати показник «витрати на персонал», який більш повно відображає витрати підприємства на найманих працівників, так як включає ще й витрати на соціальні заходи. Також замість показника «обсяг сплачених податків» більш доцільно використовувати показник «податок на прибуток», який відображає перш за все ефективність діяльності підприємства і економічну складову соціальної відповідальності бізнесу — ефективне використання ресурсів і одержання прибутку. А обсяг сплачених податків як показник такої інформації не дає і разом з тим включає у себе податки, які абсолютно не характеризують ефективність діяльності, наприклад, податок на додану вартість або акцизний збір.

Враховуючи той факт, що корпоративна соціальна відповідальність в Україні знаходиться на початковому етапі розвитку, випереджаючі темпи зростання соціальних витрат бізнесу у порівнянні з темпом зміни обсягів реалізації товарів і послуг, є доброю характеристикою зміни свідомості власників і керівників підприємств і поступового утвердження корпоративної соціальної відповідальності як важливої складової менеджменту організацій в Україні.

Одним із важливих показників рівня соціальної відповідальності підприємства перед працівниками є наявність і дієвість таких внутрішньо-організаційних документів, як колективний договір, положення про соціальну політику, положення про мотивацію праці та ін. Два останні документи укладаються підприємством добровільно і у довільній формі, а органи статистики не збирають інформацію про їх наявність на підприємстві. Колективний договір як інструмент регулювання соціально-трудових відносин усередині організації є об'єктом регулювання на міжнародному і національному рівні, а також з боку професійних асоціацій та внутрішніх норм самого підприємства. Незважаючи на це, значна частина підприємств і найманих працівників залишаються неохопленими колективними договорами. Тому, процес ефективного забезпечення корпоративної соціальної відповідальності підприємства залежить від її структурної побудови,

в результаті чого, нами запропоновано модель комплексної оцінки рівня КСВ (рис. 1) на основі її фінансової, кадрової складових та відносин із стейкхолдерами, тобто, складових, що підлягають подальшому оцінюванню.

Оцінка рівня організації системи забезпечення корпоративної соціальної відповідальності має показувати, що чим більш складні і різноманітні елементи ресурсної бази підприємства, тим вище є рівень її формування, розвитку і забезпечення. Проте найсучасніше і різноманітне елементне забезпечення не може гарантувати високу організованість системи. Володіючи певним набором елементів можна по-різному організувати процес розвитку соціальної відповідальності. Звідси, якщо при широкій елементній базі на підприємстві система управління корпоративною соціальною відповідальністю погано організована, це свідчить про нерациональне використання ресурсів.

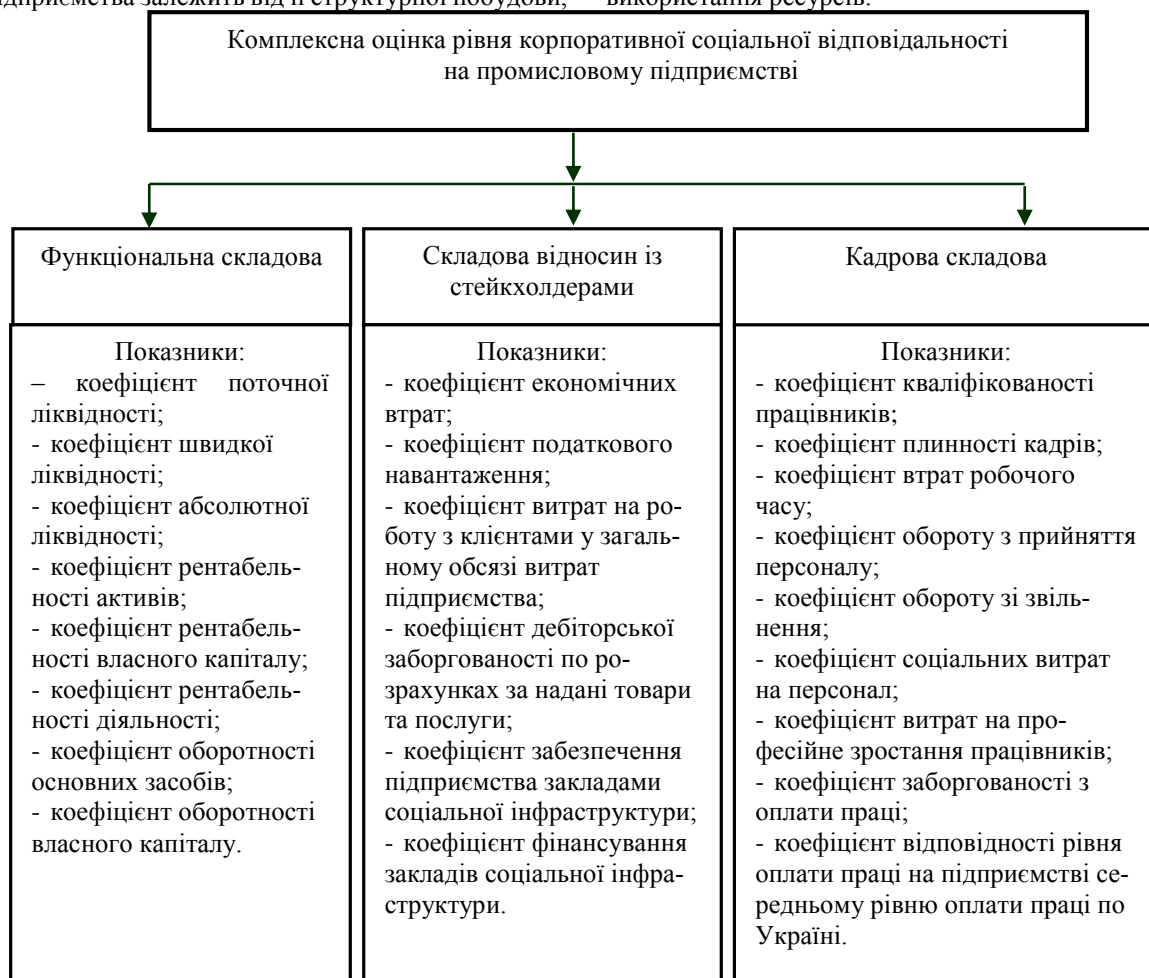


Рис. 1 - Комплексна оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності на промисловому підприємстві (узгальнено та доповнено автором)

Використовуючи метод оцінки порівняльної важливості окремих параметрів, а саме фінансової, кадрової складових та взаємовідносин із стейкхолдерами як складової КСВ проводилось експертне опитування важливості впливу обраних складових елементів на досліджуваних підприємствах Хмельницької області за 100-бальною системою. При обробці матеріалів колективної експертної оцінки відносної ваги параметрів ресурсної бази (факторів)

використано метод рангової кореляції. Тому дані, отримані в балах, відповідним чином ранжувались по мірі зменшення та отримали оцінки рангів.

При обробці результатів експертних оцінок щодо відносної важливості напрямків (коефіцієнтів фінансової складової КСВ підприємства) визначено ряд статистичних характеристик, на основі яких оцінюється кожний фактор. Крім абсолютних величин оцінки важливості напрямку при обробці даних

анкетного опитування застосовано також відносні показники. Для цього індивідуальні показники спочатку нормуються, а потім обчислюються середньозважені величини (нормування – це перехід від абсолютних величин до відносних). Середня вага кожного напрямку (нормована оцінка) розраховується за формулою:

$$W_j = \frac{\sum_{i=1}^m W_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m W_{ij}}, \sum W_{ij} \frac{C_{ij}}{\sum_{j=1}^n C_{ij}}. \quad (1)$$

Для оцінки узагальненої міри узгодженості думок за всіма напрямками (коефіцієнтами) нами використано коефіцієнт конкордації:

$$K_{kon} = \frac{\sum_{j=1}^n d_j^2}{\frac{1}{12} \left[m^2 \cdot (n^3 - n) - m \cdot \sum_{i=1}^m T_i \right]}, \quad d_j = S_j - \frac{\sum_{j=1}^n S_j}{n}, \quad (2)$$

$$S_j = \sum_{i=1}^m R_{ij}, T_i = \sum_{i=1}^L (t_e^3 - t_e),$$

де L – кількість груп однакових рангів;

t_i – кількість зв'язаних рангів в кожній групі

Коефіцієнт конкордації в нашому випадку складає 0,91, що свідчить про достатньо високу ступінь узгодженості думок експертів. Враховуючи специфіку машинобудівних підприємств, визначено вагомість впливу кожного коефіцієнта фінансової складової за допомогою врахування думок респондентів та використання коефіцієнта

конкордації: $k_{ij} \rightarrow 1$; $k_{nl} = 0,368$; $k_{шл} = 0,107$; $k_{ал} = 0,118$; $k_{ра} = 0,136$; $k_{вк} = 0,136$; $k_{рд} = 0,122$; $k_{ооз} = 0,125$; $k_{овк} = 0,136$. Для того, щоб визначити рівень фінансової системи забезпечення КСВ підприємства, можна скористатися інтегральним показником, який розраховано за формулою:

$$K_{фс} = 0,368 * K_{nl} + 0,107 * K_{шл} + 0,118 * K_{ал} + 0,136 * K_{ра} + 0,136 * K_{вк} + 0,122 * K_{рд} + 0,125 * K_{ооз} + 0,136 * K_{овк} \quad (3)$$

Результати розрахунку наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення інтегрального показника фінансової складової корпоративної соціальної відповідальності підприємств Хмельницької області за 2012–2016 роки

Підприємство	Рік	Коефіцієнт поточної ліквідності	Коефіцієнт швидкої ліквідності	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Коефіцієнт рентабельності активів	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Коефіцієнт рентабельності діяльності	Коефіцієнт оборотності основних засобів	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Інтегральний показник фінансової складової
ДП «Новатор»	2012	1,480	0,790	0,110	0,015	0,025	0,007	1,537	3,409	0,934
	2013	1,490	0,730	0,220	0,067	0,107	0,034	1,437	3,184	0,920
	2014	1,590	0,760	0,200	0,148	0,254	0,601	2,121	4,231	1,261
	2015	1,420	1,050	0,120	0,164	0,136	0,079	3,162	8,061	1,836
	2016	1,270	1,230	0,090	0,024	0,052	0,015	3,267	6,671	1,620
ПАТ «КМЗ»	2012	1,304	0,317	0,000	0,002	0,004	0,046	0,027	0,089	0,210
	2013	2,366	0,370	0,002	0,003	0,005	0,025	0,057	0,207	0,358
	2014	0,434	3,126	0,000	-0,004	-0,010	-0,030	0,084	0,321	0,434
	2015	0,729	0,579	0,000	-0,001	-0,003	-0,002	0,286	1,349	0,366
	2016	0,743	0,601	0,005	0,001	0,007	0,005	0,267	1,408	0,379
ПАТ «Укрелектроапарат»	2012	1,103	0,607	0,186	0,132	0,594	0,072	1,994	8,226	1,693
	2013	3,726	2,709	0,765	0,866	1,080	0,324	4,471	4,802	2,336
	2014	3,741	2,785	1,295	0,787	0,108	0,361	5,169	2,289	2,015
	2015	2,132	1,472	0,164	0,204	0,287	0,132	3,131	2,169	1,198
	2016	2,630	1,417	0,276	0,126	0,181	0,075	2,272	2,404	1,156
ПАТ «Темп»	2012	4,503	2,004	0,168	0,052	0,080	0,042	1,479	1,905	1,233
	2013	1,428	0,473	0,029	-0,042	-0,071	-0,097	0,522	0,733	0,360
	2014	6,171	2,798	0,307	0,126	0,192	0,058	2,436	3,305	1,868
	2015	3,817	1,336	0,201	-0,026	-0,037	-0,033	0,870	1,126	0,866
	2016	4,062	1,336	0,297	0,010	0,013	0,014	0,710	0,941	0,879

Аналогічно розраховуємо інтегральні показники для складової відносин із стейкхолдерами та кадрової складової (табл. 2). Коефіцієнт конкордації в нашому випадку складає 0,82, що свідчить про достатньо високу ступінь узгодженості думок експертів. Враховуючи проведені розрахунки нами визначено вагомість впливу кожного коефіцієнта складової відносин із

стейкхолдерами за допомогою врахування думок респондентів та використання коефіцієнта конкордації: $k_{ij} \rightarrow 1$; $k_{ев} = 0,162$; $k_{нн} = 0,183$; $k_{ерп} = 0,149$; $k_{оз} = 0,159$; $k_{зсі} = 0,168$; $k_{фсі} = 0,179$. Для того, щоб визначити рівень складової відносин із стейкхолдерами підприємства, можна скористатися інтегральним показником, який розраховуємо за формулою:

$$K_{свс} = 0,162 * K_{ев} + 0,183 * K_{нн} + 0,149 * K_{ерп} + 0,159 * K_{оз} + 0,168 * K_{зсі} + 0,179 * K_{фсі} \quad (4)$$

Таблиця 2

Визначення інтегрального показника складової відносин із стейкхолдерами корпоративної соціальної відповідальності підприємств Хмельницької області за 2012–2016 роки

Підприємство	Рік	Коефіцієнт економічних витрат	Коефіцієнт податкового навантаження	Коефіцієнт витрат на роботу на роботу з клієнтами у загальному обсязі витрат підприємства	Коефіцієнт дебіторської заборгованості	Коефіцієнт забезпечення підприємства закладами соціальної інфраструктури	Коефіцієнт фінансування закладів соціальної інфраструктури	Інтегральний показник складової відносин із стейкхолдерами
ДП «Новатор»	2012	0,36	0,356	0,356	0,011	0,016	0,0101	0,183
	2013	0,27	0,208	0,359	0,024	0,018	0,0154	0,145
	2014	0,82	0,189	0,401	0,031	0,021	0,0178	0,239
	2015	0,91	0,071	0,425	0,042	0,032	0,0245	0,240
	2016	0,36	0,121	0,401	0,057	0,039	0,0268	0,161
ПАТ «КМЗ»	2012	0,82	0,261	0,233	0,112	0,005	0,0001	0,234
	2013	0,91	0,106	0,362	0,231	0,006	0,0002	0,259
	2014	0,56	0,058	0,174	0,186	0,004	0,0002	0,158
	2015	0,84	0,045	0,051	0,189	0,007	0,001	0,183
	2016	1,00	0,059	0,114	0,256	0,008	0,0011	0,232
ПАТ «Укрелектроапарат»	2012	0,82	0,021	0,049	0,012	0,018	0,0012	0,149
	2013	1,00	0,051	0,044	0,062	0,021	0,0019	0,192
	2014	0,91	0,12	0,048	0,057	0,028	0,0032	0,191
	2015	0,90	0,214	0,048	0,086	0,041	0,0025	0,213
	2016	0,88	0,041	0,057	0,068	0,043	0,0029	0,177
ПАТ «Темп»	2012	0,82	0,028	0,179	0,018	0,011	0,0009	0,170
	2013	0,55	0,063	0,123	0,039	0,013	0,0011	0,128
	2014	0,85	0,029	0,069	0,018	0,011	0,0014	0,158
	2015	0,36	0,053	0,128	0,113	0,014	0,0016	0,108
	2016	0,91	0,066	0,154	0,079	0,038	0,0019	0,202

Для кадрової складової коефіцієнт конкордації складає 0,83, що свідчить про достатньо високу ступінь узгодженості думок експертів (табл. 3). Нами визначено вагомість впливу кожного коефіцієнта кадрової складової за допомогою врахування думок респондентів та використання

коефіцієнта конкордації: $k_{ij} \rightarrow 1$; $k_{кн} = 0,119$; $k_{нл} = 0,108$; $k_{ерч} = 0,093$; $k_{онн} = 0,142$; $k_{озн} = 0,135$; $k_{свн} = 0,086$; $k_{внз} = 0,100$; $k_{ззн} = 0,138$; $k_{взн} = 0,078$. Розраховуємо інтегральний показник кадрової складової за формулою:

$$K_{ок} = 0,119 * K_{кн} + 0,108 * K_{нл} + 0,093 * K_{ерч} + 0,142 * K_{онн} + 0,135 * K_{озн} + 0,086 * K_{свн} + 0,100 * K_{внз} + 0,138 * K_{ззн} + 0,078 * K_{взн} \quad (5)$$

Визначення інтегрального показника кадрової складової корпоративної соціальної відповідальності підприємств Хмельницької області за 2012–2016 роки

Підприємство	Рік	Коефіцієнт кваліфікованості працівників	Коефіцієнт плинності кадрів	Коефіцієнт витрат робочого часу	Коефіцієнт обороту з прийняття персоналу	Коефіцієнт обороту зі звільнення	Коефіцієнт соціальних витрат на персонал	Коефіцієнт витрат на професійне зростання працівників	Коефіцієнт заборгованості з оплати праці	Коефіцієнт відповідності рівня оплати праці на підприємстві середньому рівню оплати праці	Інтегральний показник фінансової складової
ДП «Новатор»	2012	0,198	0,07	0,03	0,19	0,19	0,275	0,64	0,124	0,83	0,256
	2013	0,208	0,05	0,027	0,14	0,13	0,367	0,58	0,238	0,93	0,265
	2014	0,204	0,08	0,054	0,34	0,17	0,357	0,58	0,346	0,81	0,309
	2015	0,203	0,10	0,050	0,29	0,19	0,404	0,41	0,371	0,85	0,300
	2016	0,205	0,12	0,048	0,26	0,21	0,426	0,45	0,356	0,87	0,306
ПАТ «КМЗ»	2012	0,091	0,42	0,007	0,33	0,5	0,08	0,45	0,288	0,55	0,306
	2013	0,103	0,58	0,008	0,12	0,58	0,13	0,38	0,281	0,46	0,295
	2014	0,091	0,82	0,008	1,27	0,82	0,11	0,35	0,307	0,48	0,515
	2015	0,100	0,19	0,007	0,33	0,19	0,18	0,37	0,324	0,45	0,238
	2016	0,102	0,25	0,007	0,55	0,22	0,29	0,32	0,352	0,38	0,283
ПАТ «Укрелектроапарат»	2012	0,229	0,30	0,011	0,29	0,31	0,212	0,52	0,165	0,51	0,276
	2013	0,23	0,25	0,009	0,18	0,28	0,224	0,57	0,173	0,47	0,255
	2014	0,233	0,19	0,006	0,17	0,22	0,325	0,51	0,152	0,55	0,245
	2015	0,242	0,13	0,006	0,18	0,19	0,319	0,48	0,215	0,68	0,253
	2016	0,246	0,09	0,004	0,19	0,17	0,341	0,46	0,266	0,77	0,261
ПАТ «Темп»	2012	0,284	0,37	0,019	0,19	0,38	0,11	0,32	0,08	0,42	0,239
	2013	0,324	0,33	0,035	0,20	0,40	0,20	0,28	0,38	0,47	0,294
	2014	0,365	0,29	0,04	0,29	0,38	0,33	0,24	0,41	0,48	0,317
	2015	0,367	0,23	0,041	0,29	0,23	0,4	0,29	0,45	0,44	0,304
	2016	0,372	0,17	0,045	0,31	0,26	0,64	0,32	0,48	0,48	0,337

Вагомість впливу кожного коефіцієнта складових елементів КСВ визначено за допомогою врахування думок респондентів та використання коефіцієнта конкордації: $k_{ij} \rightarrow 1$; $k_{fc} = 0,312$; $k_{свс} = 0,339$; $k_{кс} = 0,348$. Розраховуємо інтегральний показник рівня КСВ підприємства за формулою:

$$K_{ок} = 0,312 * K_{fc} + 0,339 * K_{свс} + 0,348 * K_{кс} \quad (6)$$

Результати експертного опитування щодо впливу фінансової, кадрової та складової відносин із стейкхолдерами, які впливають на рівень корпоративно-соціальної відповідальності підприємства представлено у таблиці 4.

Таблиця 4

Визначення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємств Хмельницької області за 2012–2016 роки

Підприємство	Рік	Фінансова складова	Складова відносин із стейкхолдерами	Кадрова складова	Рівень корпоративної соціальної відповідальності
ДП «Новатор»	2012	0,934	0,183	0,256	0,443
	2013	0,920	0,145	0,265	0,428
	2014	1,261	0,239	0,309	0,582
	2015	1,836	0,240	0,300	0,759
	2016	1,620	0,161	0,306	0,667
ПАТ «КМЗ»	2012	0,210	0,234	0,306	0,251
	2013	0,358	0,259	0,295	0,302
	2014	0,434	0,158	0,515	0,368
	2015	0,366	0,183	0,238	0,259
	2016	0,379	0,232	0,283	0,295
ПАТ «Укрелектроапарат»	2012	1,693	0,149	0,276	0,675
	2013	2,336	0,192	0,255	0,883
	2014	2,015	0,191	0,245	0,779
	2015	1,198	0,213	0,253	0,534
	2016	1,156	0,177	0,261	0,512
ПАТ «Темп»	2012	1,233	0,170	0,239	0,525
	2013	0,360	0,128	0,294	0,258
	2014	1,868	0,158	0,317	0,747
	2015	0,866	0,108	0,304	0,413
	2016	0,879	0,202	0,337	0,460

Як видно із таблиці 4, рівень КСВ на досліджуваних підприємствах протягом 2012–2016 років зазнав суттєвих змін, перш за все це пов'язано із зміною у складових елементах соціальної відповідальності, які безпосередньо вплинули на інтегральний

показник рівня КСВ підприємства. Також запропоновано шкалу, яка характеризує рівень КСВ на кожному підприємстві за відповідний період дослідження, враховуючи рекомендовані межі (табл. 5).

Таблиця 5

Характеристика рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Рівень КСВ	Межі рівнів	Характеристика рівня КСВ
Високий	0,70–1	Характеризує функціонування корпоративно-соціальної відповідальності підприємства на належному рівні, достатність фінансових ресурсів, високий рівень інформаційного, правового та технічного забезпечення, оптимальний рівень забезпеченості персоналом на підприємстві, що забезпечує реалізацію соціально відповідальної діяльності підприємства
Середній	0,51–0,69	Складові елементи КСВ знаходяться на недостатньому рівні. Підприємство має недостатню кількість власних ресурсів для ведення соціально відповідального бізнесу
Низький	0,31–0,50	Характеризується низьким рівнем забезпечення підприємства необхідними ресурсами для функціонування КСВ
Критичний	0–0,30	Характеризується недостатнім рівнем забезпечення КСВ, що унеможливує функціонування соціальної відповідальності підприємства на належному рівні та свідчить про недостатність ресурсів підприємства

Отже, із таблиці 5 слідує, що лише на трьох з досліджуваних підприємств рівень КСВ досягає межі високого рівня, а це свідчить про достатню увагу з боку керівництва щодо ефективного забезпечення соціальної відповідальності. На основі даного дослідження можна зробити висновок, що не на всіх підприємствах керівництво приділяє доста-

тньо уваги Ксоціальної відповідальності, яка безпосередньо впливає на ефективну діяльність персоналу підприємства, на покращення його фінансових результатів та на підвищення конкурентних переваг підприємства.

Висновки та пропозиції. Сильною стороною у проведеному дослідженні є формування системи по-

казників, що є складовими елементами корпоративно-соціальної відповідальності, які доцільно використовувати для визначення рівня КСВ підприємства з використанням інтегрального показника.

Слабкою стороною є те, що на досліджуваних підприємствах, за результатами опитування, вплив показників фінансової, кадрової складових та складової відносин із стейкхолдерами на рівень КСВ підприємства є суб'єктивною думкою респондентів.

Можливостями для подальших досліджень є розширення системи показників та складових елементів корпоративно-соціальної відповідальності промислових підприємств, запровадження на підприємствах соціальних звітів з метою формування позитивного іміджу та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в контексті євроінтеграційних процесів.

Загрозами для результатів проведених досліджень є те, що ведення соціально відповідального бізнесу вимагає від підприємств впровадження стандартів соціальної звітності, проте не всі керівники готові до запровадження їх на підприємстві. Важливу роль при веденні соціально-відповідального бізнесу відіграють соціально-економічна ситуація в країні, законодавча база, рівень зайнятості населення.

Отже, здійснивши аналіз теоретичних підходів до оцінки корпоративно-соціальної відповідальності підприємства виявлено, що на рівні підприємства розвиток соціальної відповідальності доцільно реалізовувати за такими напрямами як: дотримання

вимог чинного законодавства; забезпечення високої якості товарів і послуг; забезпечення гідних і безпечних умов праці на підприємстві; інформаційна відкритість підприємства і чесне рекламування товарів; екологічна відповідальність підприємства; реалізація соціальних ініціатив суб'єктом підприємницької діяльності. Оцінка рівня соціальної відповідальності дає можливість розраховувати її в динаміці та використовувати в порівняльному аналізі діяльності різних підприємств, визначення напрямків взаємодії зі стейкхолдерами різних рівнів господарювання.

Список літератури

1. Жаліло Я.А. Економічний діалог: партнерство заради прогресу / Я.А. Жаліло, І.М. Акімова, Д.В. Ляпін ; Центр антикризових досліджень. – К. : МСД, 2007. – 123 с.
2. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит як сучасні інститути і технології соціального розвитку / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 3-9.
3. Сабецька Т.І. Сфери та напрями реалізації соціальної відповідальності підприємства / Т.І. Сабецька // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – Випуск 15. Частина 3. – 2015. – С 97-101.
4. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки: автореф. дис.. к.е.н.: спец. 08.00.03 / І.М. Царик; Черніг. держ ін-т ек. та упр. -Чернігів, 2011. - 23 с.

Псарева Н.Ю.

*Доктор экономических наук, профессор
Профессор департамента менеджмента*

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Psareva N.Yu

*Doctor of Economic Sciences, Professor
Professor of the Department of Management*

Financial University under the Government of the Russian Federation

ОПЫТ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПОРТИВНЫХ ЛИГ ФУТБОЛЬНЫХ ЛИГ. EXPERIENCE OF CREATION AND OPERATION OF SPORTS LEAGUES FOOTBALL LEAGUES

Аннотация. Популярность футбола в мире и в каждой отдельной взятой стране нашла яркое подтверждение Чемпионатом Мира 2018. Несмотря на политические и экономические разногласия игры прошедшего чемпионата показали, что футбол сближает людей, делает мир лучше.

Очень важно правильно организовать развития футбола в любой стране. Поэтому очень важно изучить опыт создания и организации деятельности национальных лиг, являющихся кузницей мировых игроков. В статье представлены результаты изучения создания спортивных лиг в США и футбольной Премьер-лиги в Англии, определены основные параметры, характеризующие футбольные клубы, входящие в лигу, способы управления, варианты организации и проведения чемпионатов, финансовые вопросы.

Annotation. The popularity of football in the world and in each individual country has been vividly confirmed by the World Cup 2018. Despite the political and economic disagreements of the past championship game showed that football brings people closer, makes the world better.

It is very important to organize the development of football in any country. Therefore, it is very important to study the experience of creating and organizing the activities of national leagues, which are the forge of world players. The article presents the results of the study of the creation of sport leagues in the USA and the Premier League football in England, the main parameters characterizing football clubs belonging to the league, ways of management, variants of organizing and holding championships, financial issues are defined.

Ключевые слова: Футбольная лига, организации игр, управление, показатели деятельности

Keywords: Football League, organization of games, management, performance indicators