

ПИТАННЯ АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто види економічного аналізу з метою створення аналітичного продукту про соціальні витрати, адекватного запитам системи менеджменту підприємства. Відповідно до видів соціальних витрат запропоновано перелік показників і методів аналізу ретроспективного та стратегічного значення.

В статье рассмотрены виды экономического анализа с целью создания аналитического продукта о социальных расходах, адекватного запросам системы менеджмента предприятия. В соответствии с видами социальных расходов предложен перечень показателей и методов анализа ретроспективного и стратегического значения.

The article considers the types of economic analysis in order to create an analytical product about social costs adequated management needs of the enterprise. According to the types of social costs proposed the list of indicators and methods for retrospective and strategic analysis.

Ключові слова: економічний аналіз, соціальні витрати, методи економічного аналізу.

Комплексне вивчення соціально відповідальної діяльності підприємств, здійснення належної оцінки усіх аспектів роботи, враховуючи економічний, соціальний, технічний чинники, можливе за умов використання інструментарію економічного аналізу. Економічний аналіз здійснюють для уникнення ризиків зазнати невдачі, оцінки напрямів вкладання капіталу з метою досягнення максимального соціального ефекту економічно вигідним способом. Таким чином, виникає потреба своєчасно отримувати інформацію про структуру і динаміку зміни соціальних витрат, ефективність залучення ресурсів у соціальних цілях. З цих причин аналіз соціальних витрат набуває актуальності.

Аналіз наукових видань дає підстави стверджувати, що учені розглядають процес аналітичної роботи за окремими видами соціальних витрат, враховуючи неповною мірою особливості соціально відповідальної діяльності. Відтак Ф.Бутинець, Є.Мних, П.Попович, В.Папінко, М.Чумаченко, Е.Морозова, Г.Савицька, В.Пархоменко окреслюють окремі питання аналізу трудової сфери, витрат на якість продукції, витрат природоохоронної діяльності. Однак, враховуючи значний внесок науковців у формування методики аналізу окремих видів соціальних витрат, доцільною є розробка комплексної моделі аналітичної роботи із витратами відповідно до основних інформаційних потреб учасників соціально відповідальної діяльності бізнесу.

Мета статті полягає у розгляді основних видів і методів економічного аналізу, що дозволяють створювати аналітичну інформацію про соціальні витрати, корисну для управління соціально відповідальною діяльністю підприємств.

Вважаємо, що механізм формування аналітичних показників залежить від виду аналізу, оскільки окремий його вид оперує власними інструментами, дає можливість вирішувати завдання в окремій сфері діяльності. Тому класифікація видів економічного аналізу, за допомогою яких можна створити аналітичну інформацію про соціальні витрати, повинна враховувати алгоритм управління соціально відповідальною діяльністю підприємств, а також види соціальних витрат.

З метою зосередження уваги на окремих аспектах діяльності підприємства соціального значення вирізняємо соціально-, еколого-економічний, маркетинговий, інвестиційний, функціонально-вартісний, економіко-статистичний види аналізу. Вважаємо, що кожен із них створює інформацію про окремі види соціальних витрат чи фактори впливу на них.

Об'єктом соціально-економічного аналізу виступає взаємозв'язок соціальної та економічної системи підприємства з метою вивчення їх взаємовпливу, а також впливу першої на фінансові результати господарської діяльності. Основна його мета полягає у визначенні доцільності проведення окремих соціально орієнтованих заходів з погляду інтересів «цільової» групи населення та економічних пріоритетів підприємства. Тобто досліджується вплив заходів підприємства на працівників, населення, покупців і навпаки.

Вважаємо, що соціально-економічний аналіз є одним із основних видів аналізу, за допомогою якого можна отримати аналітичну інформацію про соціальні витрати. Його слід розглядати у сукупності із маркетинговим та інвестиційним аналізом. Маркетингові дослідження необхідні для отримання даних про вплив на діяльність підприємства зовнішніх чинників – ринкових, політичних, соціальних, екологічних. Він є особливо актуальним при формуванні інвестиційних проектів суспільно корисного характеру, тобто тих, які спрямовані на створення позитивних екстерналій. Інвестиційний аналіз дозволить здійснити оцінку результативності вкладених соціальних інвестицій.

Еколого-економічний аналіз вивчає вплив діяльності підприємства на зміну стану навколишнього середовища. Інформація такого виду аналізу спрямована на створення показників, які відображають економію використання природних ресурсів, споживання електроенергії, води, ефективність заходів із утилізації відходів, попередження аварійних промислових викидів, скидів, техногенних катастроф. Його здійснюють у багатьох напрямках, які залежать від особливостей діяльності підприємства. Зокрема, досліджують організаційно-технічний рівень природоохоронної діяльності, процес використання виробничих ресурсів, фінансові наслідки природоохоронної діяльності.

Функціонально вартісний аналіз рекомендуємо використовувати для досягнення ефективності процесу залучення ресурсів у цілях підвищення якості продукції. Його основне призначення полягає у виявленні резервів зниження витрат за рахунок підвищення чи утримання на сталому рівні якісних властивостей продукції.

Економіко-статистичний аналіз пропонуємо використовувати для отримання кількісних даних про соціальний ефект, отриманий у результаті залучення ресурсів у соціальних цілях. Зокрема, за допомогою статистичних даних можна прослідкувати динаміку зміни рівня професійних захворювань, травматизму у процесі господарської діяльності, зовнішнього і внутрішнього браку, плинності кадрів. Зіставивши отримані дані із значенням соціальних витрат, можна зробити висновки про ефективність останніх, а також визначити «вузькі місця» у роботі підприємства.

Таким чином, кожен перерахований вид аналізу націлений на створення

інформації про окремі види соціальних витрат на підприємстві. Кожен із них оперує методами, які використовують відповідно до запитів менеджменту трьох рівнів управління. Для цього слід враховувати особливості роботи кожного із цих трьох рівнів для формування інформаційного продукту специфічного характеру, адекватного характеру управлінської діяльності та концепції соціально відповідальної діяльності бізнесу.

На етапі оперативного управління до служби аналізу повинні ставити вимоги створення аналітичної бази про перебіг поточної діяльності виробничого об'єкту. На даному етапі від аналітиків вимагають використання принципу «управління за відхиленнями». Сутність даного принципу полягає в оцінці відхилень величини соціальних витрат від планово визначених за центрами витрат і сферами відповідальності на підставі оперативних внутрішніх звітів і реєстрів обліку соціальних витрат.

Аналогічними є завдання служби аналізу у підготовці інформації про соціальні витрати для тактичного рівня управління. Окрім цього, аналітичну роботу слід розширити, здійснюючи аналіз ефективності залучення ресурсів у соціальних цілях, а також розраховуючи показники виконання планових заходів за звітний рік. Вважаємо, що пріоритетним у створенні аналітичної інформації для тактичного рівня управління є оцінка невикористаних можливостей та упущеної вигоди, а також розробка рекомендацій щодо врахування недоліків поточної діяльності у майбутньому. Крім того, доцільно використовувати ряди динаміки, відносні показники, а саме:

- показники структури (питому вагу соціальних витрат до загальних витрат по підприємству, центру витрат, сфери відповідальності, співвідношення соціальних витрат і витрат, соціальних витрат і отриманих результатів);
- відносні величини координації (частку окремого виду соціальних витрат у загальній їх величині);
- відносні величини інтенсивності (інтенсивність проведення окремих соціальних заходів, рівень поширення ефекту від них, наприклад відсоток працівників, яким виплачують пенсії у зв'язку із закінченням їх трудової діяльності, динаміку прибутків у результаті виведення на ринку продукту соціального значення й ін.);
- відносні величини ефективності (співвідношення соціальних витрат і отриманих результатів).

Наведені показники ефективності вкладення соціальних витрат є ретроспективними і свідчать про результативність проведених заходів із попередження виникнення негативних та створення позитивних екстерналій, інтерналій. На їх підставі можна визначити «вузькі місця» у минулій діяльності підприємства та вжити заходів щодо їх попередження у перспективі. Однак крім запропонованих показників доцільно використовувати методи стратегічного аналізу. Вони допоможуть інтегрувати завдання соціально відповідальної діяльності у загальну стратегію підприємства, визначити переваги і недоліки, слабкі та сильні сторони соціально відповідальної діяльності господарюючого об'єкта. До важливих методів, на основі яких можна здійснити окреслені

завдання, відносимо збалансовану систему показників, систему показників відповідальності, SWOT-аналіз.

Розробниками збалансованої системи показників стали Р. Каплан, Д. Нортон. Автори моделі стратегічного аналізу запропонували розширити систему показників для оцінки результатів діяльності підприємства. Вони вважали за необхідне створити взаємозв'язок між фінансовими і нефінансовими показниками, враховуючи потребу узгодження інтересів різних груп, зацікавлених у діяльності підприємства, – акціонерів, споживачів, партнерів, кредиторів. Таким чином, учені-економісти рекомендували чотирьохрівневу структуру моделі, яка включає аспект клієнта, внутрішньогосподарський, фінансовий аспекти й аспект інновацій і навчання. Запропоновані елементи є базовими для підприємства, їх можна модифікувати залежно від стратегічних цілей та інформаційних потреб управлінського персоналу економічного об'єкта (рис. 1).



Рис. 1. Модифікована структура збалансованої системи показників *

* Джерело: сформовано автором

Тобто, визначивши основні заходи та бажані результати соціально відповідальної діяльності бізнесу можна їх інтегрувати до заходів та запланованих цілей інших ключових елементів системи. Таким чином, вивчаючи елемент «клієнти» у взаємозв'язку із елементом «соціально відповідальна діяльність», можна оцінити рівень впливу соціальної відповідальності на підвищення іміджу підприємства зі сторони його клієнтів. Досліджуючи у взаємозв'язку елементи «соціально відповідальна діяльність» і «бізнес-процеси», доцільно встановлювати контроль над соціальними бізнес-процесами, вивчаючи їх рентабельність і корегуючи хід діяльності. Розглядаючи взаємозв'язок елементів «соціально відповідальна діяльність» і «розвиток і навчання», важливо оцінювати вплив інновації та підвищення інтелектуального рівня працівників на ефективність заходів, проведених згідно з концепцією соціально відповідальної діяльності бізнесу. Останнім етапом є аналіз впливу результатів соціально відповідальної діяльності підприємства на його фінансові результати, що дозволить зробити висновки про рентабельність соціально орієнтованих заходів.

Іншою альтернативою запропонованого методу є метод стратегічного аналізу під назвою «система показників відповідальності». Даний метод описав Ф. Ніколс, розвиваючи дослідження Р. Фрімена. Його зміст полягає у формуванні зв'язків між підприємством і зацікавленими у його діяльності сторонами у формі внесків і стимулів (рис. 2).

Під внесками слід розуміти дії зацікавлених осіб, пов'язані із підтримкою та розвитком діяльності підприємства, а під стимулами – винагороду підприємства зацікавленим особам за їх підтримку. На підставі співвідношення внесків та стимулів кожної із обраних груп можна визначити ефективність соціально орієнтованих заходів. Наприклад, стимулом для населення для підтримки соціально відповідальної діяльності бізнесу є збереження навколишнього середовища, допомога у розв'язанні актуальних проблем суспільства, що виражені у соціальних витратах підприємства. Однак для реалізації даних завдань населення повинно підтримати таку діяльність прихильним ставленням до підприємства, підвищенням споживання його продукції.

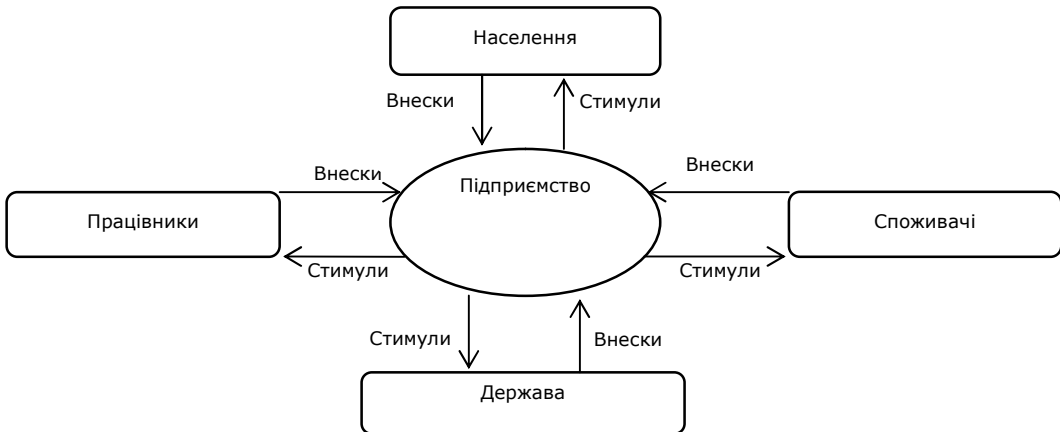


Рис. 2. Модифікована структура моделі аналізу показників відповідальності *
 *Джерело: сформовано автором

Основним стимулом для споживачів є виробництво якісної продукції, який трансформується у внесок для підприємства – розширення ринків збуту. Держава теж зацікавлена у соціальній відповідальності підприємств через зниження суспільних витрат, пов'язаних із ліквідацією негативних екстерналій, інтерналій. Тому внесками підприємству з її сторони є фінансова підтримка, пільги в оподаткуванні, пріоритети у вигранні тендерів на державні закупівлі. В останню групу ми включили працівників, які зацікавлені в отриманні винагороди за працю, створенні сприятливих умов праці, підвищенні їх кваліфікаційних здібностей і кар'єрному рості. Їх внески у господарську діяльність ґрунтуються на підвищенні продуктивності праці, відповідальному ставленні до трудових обов'язків, участі у створенні прибутку підприємства.

Таким чином, аналітична інформація про соціальні витрати є необхідною для прийняття управлінських рішень щодо питань виду, джерел та обсягів фінансування програм соціального значення. Також вона є ґрунтовною основою для формування інформаційного наповнення соціальних звітів підприємств і дозволяє частково вирішити проблему асиметрії інформації через розширення інформаційної бази для звітування.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз: Навч. посіб./За ред. Ф.Ф. Бутиця. - Житомир: Рута, 2003. - 680 с.

2. Малова И.В. Опыт внедрения системы учета и анализа затрат на качество/ И.В. Малова // Сб. «Трехмерность управления. Экономика качества. Техническое урегулирование». Серия «Все о качестве. Отечественные разработки». Выпуск 34. – М.: НТК «Трек», 2007.
3. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник/ Є.В. Мних – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.
4. Морозова Е.В. Методика учета затрат на природопользование/ Е.В. Морозова// Бухгалтерский учет. – 2008. - №1. – С. 76-79
5. Папінко В.З. Олік і аналіз природоохоронної діяльності: автореферат дис. на здобуття канд. екон. наук: 08.00.09. – К., 2004. – 26с.
6. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник .-3-тє вид. перероб. і доп./ П.Я. Попович -К.:Знання,2008 .-630 с.
7. Фаріон І.Д. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник для студентів і аспірантів/ І.Д. Фаріон. – Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – 635с.
8. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: Навч. посіб./За ред. проф. М. Г. Чумаченка .-К.:КНЕУ, 2001 .-540 с.

УДК 657

М.М.Шестерняк,

Тернопільський національний економічний університет,
м. Тернопіль

СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ БЕЗ СТВОРЕННЯ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ ЯК НОВИЙ НАПРЯМ В ІНСТИТУЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Досліджено сутність категорії «інституційна економіка» та її сумісні характеристики. Запропоновано розглядати спільну діяльність без створення юридичної особи як окрему інституційну одиницю та внести зміни до державного класифікатора, доповнивши його секцією «S» – «Спільна діяльність без створення юридичної особи у відповідних галузях та видах економічної діяльності».

Исследована сущность категории «институциональная экономика» и ее совместимые характеристики. Предложено рассматривать совместную деятельность без создания юридического лица как отдельную институциональную единицу и внести изменения в государственный классификатор, дополнив его секцией «S» – «Совместная деятельность без создания юридического лица в соответствующих отраслях и видах экономической деятельности».

The essence of the category "institutional economics" and its compatible characteristics are investigated. It is proposed to examine the joint activity without legal entity creation as separate institutional unit and to change the state classifier, by adding to it section "S" – "Joint activity without legal entity creation in correspondent spheres and types of economic activity".

Ключові слова: інституційна економіка, інститут, інституціоналізм, інституційна одиниця, спільна діяльність без створення юридичної особи.

Трансформація інституційної економіки у сучасний період характеризується новими формами організації бізнесу, про що свідчать наявні запити практики з боку інституційних агентів. Попри підвищену увагу вчених та практиків до розвитку системи обліку з урахуванням специфіки ведення різних видів підприємництва, питання організації та провадження малодосліджених організаційно-правових форм господарювання, форм власності та видів економічної діяльності залишаються актуальними. Одна із таких форм ведення бізнесу – це спільна діяльність без створення юридичної особи, що є перспективною формою господарювання для малого та середнього бізнесу, яку доцільно застосовувати у різних галузях економіки. За таких умов актуалізується дослідження сутності категорії «інституційна економіка», що є необхідним для ефективного розвитку систем управління та досягнення економічного зростання вітчизняних суб'єктів господарювання, у тому числі і тих, які займаються спільною діяльністю без створення юридичної особи.