

УДК: 650.338.47

Лазоренко Л.В., к.е.н, проф.,  
Державний університет  
телекомунікацій

## МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗВ'ЯЗКУ

*Розглянуто суть соціального та економічного ефектів. Розкрито поняття та складові соціально-економічного ефекту підприємств зв'язку. Розроблено методика визначення соціально-економічного ефекту діяльності підприємств зв'язку. Застосовано запропоновану методика для оцінки соціально-економічного ефекту діяльності підприємств мобільного зв'язку*

**Ключові слова:** підприємства зв'язку, соціально-економічний ефект, методика оцінки, прибуток, витрати, мобільний зв'язок

**Постановка проблеми.** В діяльності підприємства важливим є визначення результату (ефекту) від впровадження тих чи інших заходів. Оскільки увага керівництва зазвичай прикута до економічної ефективності, то результатом такої діяльності є прибуток. Щодо впровадження соціальних заходів, то ефект від їх реалізації у кількісному вираженні визначити досить важко, а якісна оцінка не дає можливості повноцінного уявлення про їх ефективність. Тому виникає питання щодо розробки методики оцінювання як економічного, та і соціального ефекту діяльності підприємства. Особливо це актуальним є для підприємств зв'язку, тому що їх прибутковість та конкурентоспроможність, як і всіх підприємств, що задіяні в галузі надання послуг, досить сильно залежить від відносин зі споживачами та співробітниками, які є їх соціальною складовою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням дослідження соціального та економічного ефекту присвячені роботи таких науковців, як: Ворона О.В, Євдокимов, Ф.І., Краснокутська Н.В., Антошко Т.Р., Князева О.А. та ін.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми** Проте розроблені методи і механізм оцінки соціального та економічного ефекту не повною мірою відповідають сучасним вимогам і умовам діяльності підприємств в галузі телекомунікацій, оскільки не завжди враховують специфіку галузі, що й обумовлює актуальність даного досліджень.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є розробка комплексної універсальної методики визначення соціально-економічного ефекту діяльності підприємств зв'язку.

**Виклад основного матеріалу.** Соціальний ефект - це результат, який сприяє розвитку суспільства, задовольняючи його потреби, і оцінюється в основному якісними показниками, наприклад, покращанням здоров'я, підвищенням коефіцієнта інтелектуальності, розвитком демократії, освіти, задоволенням естетичних потреб тощо. Як правило, чим більші соціальних досягнення, тим складніше дати їм інтегральну кількісну оцінку [1]. У випадку соціального ефекту діяльності підприємств зв'язку, то він може оцінюватися рівнем забезпеченості послугами зв'язку, рівнем якості послуг зв'язку, рівнем забезпеченості населення мобільними телефонами, рівнем мобільної грамоти серед населення, рівнем технологічного розвитку суспільства, рівнем безробіття, оскільки підприємства зв'язку є дуже великими за розмірами, мають багато відокремлених підрозділів в різних регіонах країни та філій, тому спроможні забезпечити робочими місцями значку кількість працівників.

Соціальний ефект відображає внесок діяльності підприємства в покращання соціального середовища, а саме — підвищення якості життя людей, що характеризується такими показниками (рис. 1):

рівень життя — доходи населення; ціни і тарифи на послуги зв'язку; споживання населенням пропонованих послуг зв'язку, забезпечення необхідним обладнанням для отримання послуг зв'язку;

спосіб життя — зайнятість населення, про що згадувалося вище;

здоров'я і довголіття — покращання умов праці, рівень обслуговування, екологічна безпека тощо.

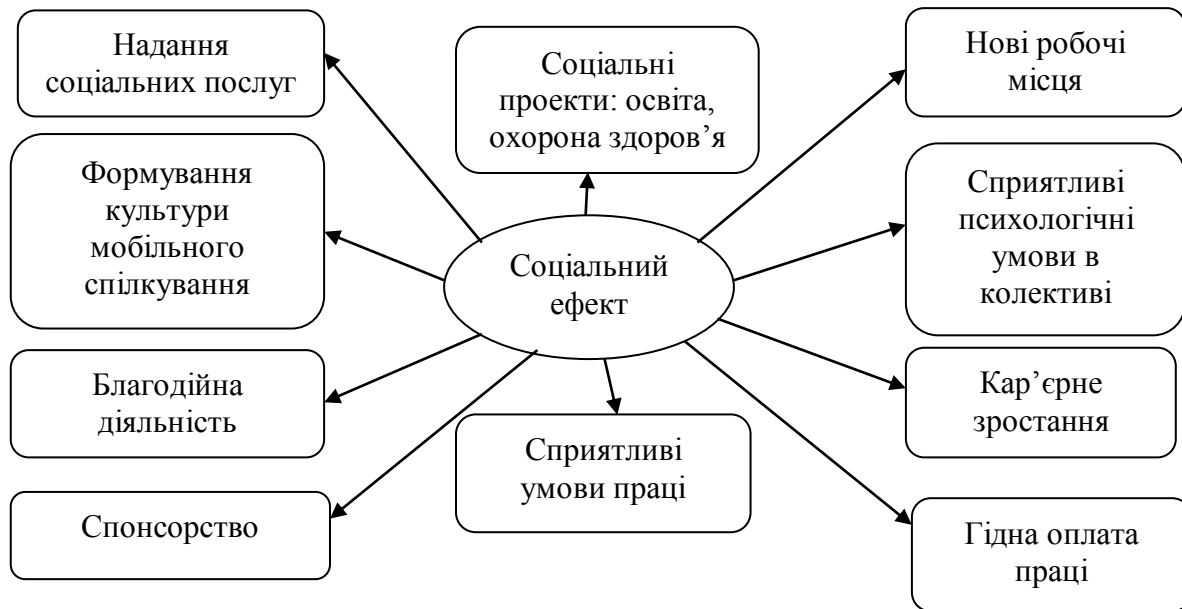


Рис. 1. Складові соціального ефекту підприємства зв'язку

Як бачимо, соціальний ефект підприємства зв'язку включає велику кількість складових, починаючи із самого підприємства: забезпечення гідної оплати праці, кар'єрного зростання, умов праці, сприятливого психологічного клімату в колективі, тобто все, що пов'язано з реалізацією ефективної кадрової політики підприємства. З іншого боку, складовими соціального ефекту є зовнішня діяльність підприємства, а саме, його соціальні проекти, спрямовані на освітні послуги та послуги в сфері охорони здоров'я, благодійна діяльність, спонсорство, надання соціальних послуг, а також формування у населення культури мобільного спілкування.

Чим більше соціальних проектів підприємство реалізує, тим відоміше воно стає, тим привабливішим є його діяльність, тим сильніший його імідж, тим міцніші його позиції в конкурентному середовищі. Все це сприяє не тільки підвищенню соціального ефекту, але позитивно впливає і на економічну діяльність та її результати.

Економічним ефектом називається результат, який одержують унаслідок витрат на розвиток господарювання (наприклад, впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємства), що дає змогу збільшувати рівень технічного оснащення, що сприяє наданню високоякісних послуг за визначений період. Економічний результат оцінюється системою вартісних показників і критеріїв. Цих критеріїв пропонується дослідниками досить багато: витрати на придбання та впровадження технологічного обладнання, суми інвестицій у діяльність, витрати на маркетингові заходи, наявність фінансових ресурсів, розмір доходу, розмір прибутку, рівень рентабельності, абсолютна та відносна ефективність діяльності. [2, с. 248] (рис. 2).

Економічний ефект показує економічні вигоди підприємства, які воно може отримати в результаті здійснення ефективної економічної діяльності. До того ж рис. 2 демонструє тісний взаємозв'язок між складовими економічного ефекту, оскільки саме розширення асортименту послуг, розширення рівня технічних та технологічних можливостей, збільшення

клієнтської бази сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності та залученню інвестицій, а останні, в свою чергу, збільшенню прибутковості підприємства. Тільки у поєднанні всіх складових можна досягти високого рівня економічного ефекту, що сприятиме підвищенню економічного розвитку діяльності підприємства.

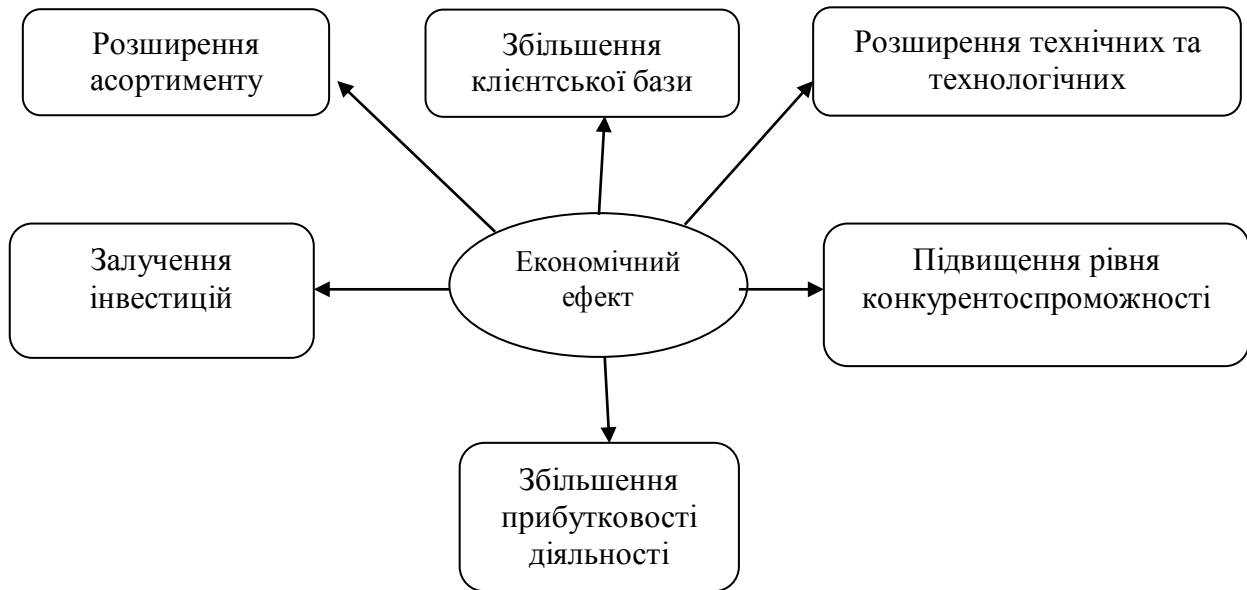


Рис. 2. Складові економічного ефекту підприємства зв'язку

Під соціально-економічним ефектом діяльності підприємств зв'язку слід розуміти сукупність результатів соціальної та економічної діяльності і може оцінюватися за допомогою таких показників: витрати на соціальну та економічну діяльність, витрати на соціальні проекти, пов'язані з освітою, охороною здоров'я, навколишнього середовища, благодійними заходами, витратами на придбання високотехнологічного обладнання та інших ресурсів, необхідних для ведення бізнесу, витрати на оплату праці та розвиток персоналу, інші виробничі витрати; виручка від надання послуг, дохід, прибуток, рівень рентабельності тощо [3].

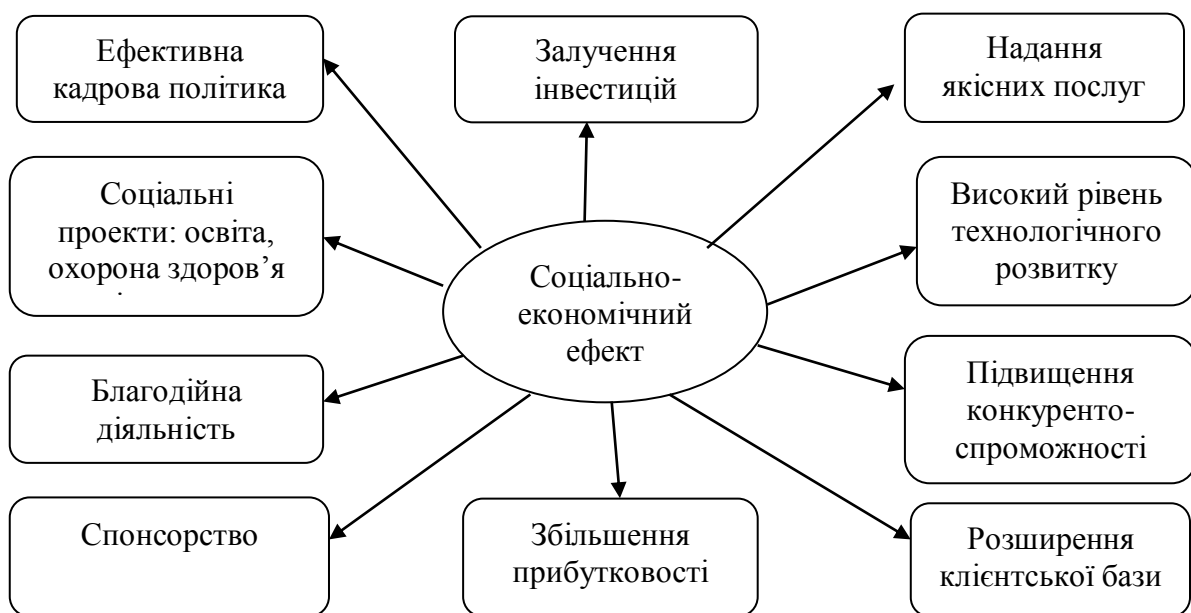


Рис. 3. Складові соціально-економічного ефекту підприємства зв'язку

На рис. 3 наведено ті складові соціально-економічного ефекту діяльності підприємства зв'язку, які формують його соціально-економічний розвиток. Соціальна діяльність, наведена у лівій частині рисунку сприяє залученню інвестицій, збільшенню клієнтської бази, підвищенню рівня конкурентоспроможності, а як наслідок, зміцненню позицій на ринку; надання якісних послуг позитивно впливає на розширення клієнтської бази, в свою чергу, високий рівень технологічного розвитку сприяє наданню якісних послуг і збільшенню кількості споживачів, а все це разом формує високі прибутки підприємства і є основною причиною його стрімкому соціально-економічному розвитку.

Доходи від здійснення соціальної діяльності оцінити важче, оскільки, як правило, вони мають якісне вираження – це висококваліфікований персонал, лояльність споживачів, позиції підприємства на ринку, його імідж. Але в своєму дослідженні ми спробуємо зробити кількісну оцінку і результатів соціальної діяльності, об'єднавши його з оцінкою економічної діяльності підприємства, тим самим розробивши комплексну оцінку соціально-економічного ефекту.

Роботу висококваліфікованого персоналу можна оцінити у кількісному виразі – розміром його оплати праці. Лояльність споживачів також можна оцінити за допомогою того, яку кількість складають абоненти того чи іншого оператора мобільного зв'язку, як вона змінюється і скільки коштів отримує підприємство в результаті наявності відповідної кількості споживачів його послуг. Позиції підприємства на ринку та його імідж у кількісному виразі оцінити важче, але це можна зробити за допомогою дослідження динаміки зміни кількості клієнтів підприємства після проведення ним тих чи інших соціальних заходів і суми додаткових коштів, отриманих підприємством після приєднання до неї зазначених споживачів.

Звичайно, розглянуті показники, хоч і матимуть кількісний вираз, не будуть досконаліми, оскільки всі дані будуть наближеними, але дадуть уявлення про рівень соціальної діяльності підприємства та ефекту від її реалізації.

Для комплексної оцінки соціально-економічного ефекту діяльності підприємств зв'язку доцільно використати інтегральний показник, який включатиме основні показники витрат та доходів від соціальної та економічної діяльності підприємства і в результаті розрахунку отримати значення соціально-економічного ефекту. В залежності від значення отриманого показника слід зробити висновки щодо внесення змін у соціальну-економічну діяльність підприємства або, навпаки, залишити все, як є і просто підтримувати його на існуючому рівні.

Всі дані доцільно брати в динаміці, щоб краще побачити тенденції, притаманні діяльності підприємства та правильно врахувати їх вплив в майбутньому. Отже, зупинимося на показниках діяльності підприємства, які доцільно включити до інтегрального показника.

Щодо витрат підприємств зв'язку, то вони цілком визначені. Це матеріальні витрати, витрати на оплату праці, витрати на соціальні заходи, витрати на збут, адміністративні витрати, фінансові витрати, амортизація, інші витрати. Витрати на оплату праці та витрати на соціальні заходи віднесемо до витрати на соціальну діяльність, всі інші – до витрат на економічну діяльність. На жаль, ми не можемо оцінити витрати на благодійні та спеціальні соціальні проекти, пов'язані з освітою та охороною здоров'я громадян, так як вони здійснюються за рахунок чистого прибутку, але будемо оперувати тими даними, які є у відкритому доступі.

Щодо результативних показників, то на наш погляд, варто зупинитися не на прибутку підприємства, а на його доході. Якщо ми беремо до уваги витрати, то тоді маємо брати і доходи, оскільки прибуток – це фінансовий результат діяльності підприємства після покриття всіх витрат та оплати податків.

Отже, підприємства зв'язку отримують свої доходи в основному з двох джерел: від надання послуг зв'язку та від продажу необхідного для цього обладнання. Щодо доходів від соціальної діяльності, то кількісний їх вираз можна отримати, порахувавши доходи від надання так званих соціальних послуг.

Послуги підприємств зв'язку пов'язані з використанням різноманітних тарифних планів, які включають набір певних характеристик тієї чи іншої послуги, що забезпечують доступ до відповідних мереж зв'язку, Інтернету, соціальних мереж, Viber, роумінгу тощо.

Послуги зв'язку, які можуть бути віднесені до так званих соціальних послуг не повинні надавати широкого спектру технологічних можливостей для споживача. Їх основне завдання полягає в забезпеченні споживача найпростішим пакетом послуг, який даватиме можливість бути на зв'язку без особливих привілеїв, за помірною ціною. Такий вид послуг має бути доступний абсолютно кожному пересічному громадянину, як з технічної, так і з економічної точки зору, тому що у сучасних умовах без мобільного зв'язку людське життя уявити важко. На сьогодні доступ до мобільного зв'язку – це вже не розкіш, а предмет першої необхідності. Саме такий вид послуг назовемо соціальними.

Доцільно розробити такий метод оцінки соціально-економічного ефекту, який би давав не лише загальне уявлення про ситуацію на підприємстві, а й сприяв визначенню проблеми її погіршення або чинників її покращення, що дало б можливість спрямувати його діяльність у потрібному напрямку.

З цією метою запропоновано методику визначення інтегрального показника оцінки соціально-економічного ефекту. Для цього необхідно розробити алгоритм даної методики (рис. 4).

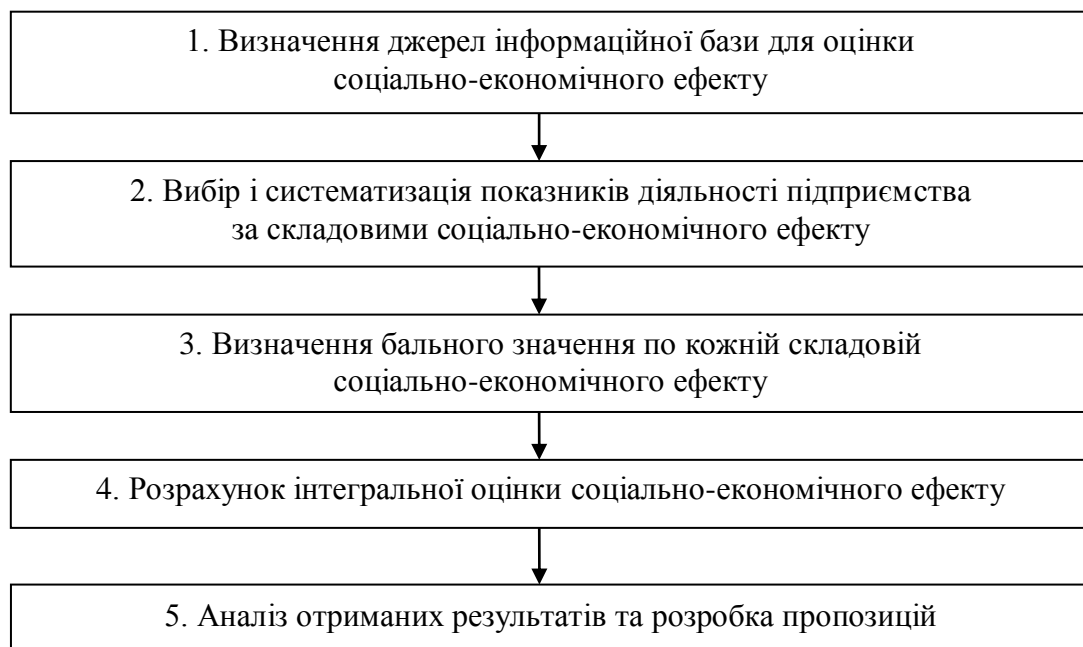


Рис. 4. Алгоритм методики визначення соціально-економічного ефекту підприємства зв'язку

Розглянемо кожну складову алгоритму, наведеного на рис. 4. Джерелами інформаційної бази для оцінки соціально-економічного ефекту діяльності підприємств зв'язку є їх фінансові та соціальні звіти. При виборі показників, які враховуватимуться для визначення соціально-економічного ефекту слід проаналізувати всі види доходів і витрат, які має підприємство. Це дасть можливість оцінити долю того чи іншого доходу та відповідних витрат у загальній сумі доходу та загальній сумі витрат підприємства. Після чого можна буде проаналізувати вплив кожного з них на його діяльність і врахувати при формуванні інтегрального показника оцінки соціально-економічного ефекту. Розрахувавши соціально-економічний ефект діяльності підприємства за допомогою запропонованої методики інтегрального показника, можна отримати не тільки безпосереднє значення соціально-економічного ефекту, а й зважити його за всіма складовими цього показника. Тобто відразу

буде видно, чому саме таке значення соціально-економічного ефекту, який чинник спричинив його падіння або зростання, що потрібно зробити керівництву, щоб покращити ситуацію. Запропонована методика даватиме відповіді на всі ці питання, а не просто характеризуватиме стан соціально-економічного розвитку підприємства, що спростить пошук проблеми та зміцнить його діяльність.

У загальному вигляді інтегральний показник оцінки соціально-економічного ефекту підприємства зв'язку можна визначити за формулою:

$$E_{ce} = \frac{\sum_{i=1}^n I_i D_i}{\sum_{j=1}^m I_j C_j}, \quad (1)$$

де  $E_{ce}$  – соціально-економічний ефект діяльності підприємства;

$I_i$  – бальна оцінка  $i$ -го виду доходу діяльності підприємства;

$D_i$  –  $i$ -ий вид доходу діяльності підприємства;

$I_j$  – бальна оцінка  $j$ -го виду витрат діяльності підприємства;

$C_j$  –  $j$ -ий вид витрат діяльності підприємства;

$n$  – кількість видів доходів діяльності підприємства, які беруть участь у дослідженні;

$m$  – кількість видів витрат діяльності підприємства, які беруть участь у дослідженні.

За даною методикою з використанням фінансової звітності операторів мобільного зв'язку [4-6] було визначено соціально-економічний ефект діяльності підприємств мобільного зв'язку, а саме, ПрАТ «Київстар», ПрАТ «МТС / Vodafone-Україна» та ТОВ «Lifecell». У результаті проведених розрахунків отримані наступні дані (табл. 1).

Таблиця 1

#### Соціально-економічний ефект підприємств мобільного зв'язку

Підприємства	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
ПрАТ «Київстар»	0,4	0,31	0,4	0,44
ПрАТ «МТС / Vodafone - Україна»	0,32	0,3	0,4	0,44
ТОВ «Lifecell»	0,2	0,23	0,25	0,27

Відповідно до проведених розрахунків соціально-економічний ефект діяльності ПрАТ «Київстар» спочатку знижується, а потім знову зростає. Щодо інших операторів мобільного зв'язку, то цей показник поступово збільшується, що пояснюється підвищенням прибутковості підприємств, збільшення клієнтської бази та розширення асортименту послуг.

**Висновки.** Отже, для підвищення соціально-економічного ефекту підприємствам зв'язку необхідно зменшувати матеріальні та інші операційні витрати. Це можна зробити через здійснення удосконалення обладнання та технологічної складової.

Для підвищення прибутковості підприємств зв'язку доцільно розширювати асортимент послуг, покращувати умови надання послуг з метою залучення більшої кількості споживачів та розширення асортименту товарів, які підприємство може запропонувати своїм клієнтам на кращих умовах, ніж інші організації.

Зменшивши витрати та підвищивши доходи, можна отримати кращий результат соціально-економічного ефекту діяльності компанії, що сприятиме її соціально-економічному розвитку.

**Список використаної літератури**

1. Ворона О.В, Євдокимов, Ф.І. Соціальний потенціал як функція інноваційної моделі економічного розвитку підприємства / О.В.Ворона, Ф.І. Євдокимов // *Маркетинг: теорія і практика*. № 14, 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Mtip/2008\\_14](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Mtip/2008_14)
2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: [навч. посібник] / Н.В. Краснокутська К.: КНЕУ, 2003. - 504 с
3. Антошко Т. Р. Соціально-економічний ефект оцінки персоналу організації / Т.Р. Антошко // *Ефективна економіка*. –2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1728>
4. Офіційний сайт ПрАТ «Київстар». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar\\_today](https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today)
5. Офіційний сайт ТОВ «Lifecel». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.lifecell.ua/uk/pro\\_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni/](http://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-sogodni/lifecell-sogodni/)
6. ПрАТ «МТС - Україна» / Інформація по підприємствам и ФЛП України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.openinfo.in.ua/index.php>

**Лазоренко Лариса Віталіївна. Методика определения социально-экономического эффекта деятельности предприятий связи.** Рассмотрена суть социального и экономического эффектов. Раскрыто понятие и составляющие социально-экономического эффекта предприятий связи. Разработана методика определения социально-экономического эффекта деятельности предприятий связи. Применена предложенная методика для оценки социально-экономического эффекта деятельности предприятий мобильной связи.

**Ключевые слова:** предприятия связи, социально-экономический эффект, методика оценки, прибыль, расходы, мобильная связь.

**Lazorenko Larysa. Methodology of determination of social-economic effect of activity of enterprises of connection.** Essence of social and economic effects is considered. A concept and constituents of social-economic effect of enterprises of connection are exposed. Methodology of determination of social-economic effect of activity of enterprises of connection is worked out. An offer methodology for the estimation of social-economic effect of activity of enterprises of mobile communication is applied.

**Keywords:** enterprises of connection, social-economic effect, methodology of estimation, profit, charges, mobile communication.