

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Обмеженість фінансових та правових засобів рішення підприємством соціальних проблем свого персоналу та оточуючого суспільства часто доповнюється обмеженістю методологічної бази оцінки соціальної активності. І якщо концепція соціальної відповідальності, яка охоплює соціально орієнтовані заходи, що плануються та реалізуються підприємством, на даний момент активно формується, то конкретні інструменти, які стосуються стратегічного планування витрат на соціальну відповідальність, оцінки рівня соціальної відповідальності, та зв'язку соціальних заходів із прибутком підприємства, є недостатньо розробленими. В той же час оцінка ефективності соціальних заходів є ключовим фактором системності соціальних ініціатив і визначає обсяг соціальних витрат. Необхідність у ній виникає як на початковому етапі планування конкретних заходів, так і на фінальній стадії, коли підводяться підсумки.

Складність оцінки пояснюється, з одного боку, різноманітністю соціальних заходів, а з іншого боку, складністю визначення кількості одержувачів вигоди та комплексним характером вигоди від соціальної діяльності. Також важливою проблемою є необхідність порівняння ефективності соціальної активності підприємств, що представляють різні галузі і регіони, а також різняться за принципами організації та розмірами. Зацікавленими у оцінці соціальної відповідальності та порівнянні є широке коло суб'єктів соціально-економічних відносин серед яких: великі підприємства, по причині необхідності залучення інвестицій; середні та малі підприємства, по причині необхідності зміцнення співпраці зі стейкхолдерами; органи влади, по причині залучення додаткових ресурсів для вирішення соціальних проблем; громадянське суспільство та некомерційні організації.

Говорячи про системність соціальних заходів, слід звернути увагу на те, що ця характеристика є тісно пов'язаною із співвідношенням двох компонент в сукупному обсязі результатів: соціальної вигоди та вигоди підприємства. Чим легше простежити розмір економічної вигоди для підприємства, тим більш системними будуть соціальні заходи.

За умов коли соціальні програми впроваджуються як засоби вирішення соціальних проблем та покращення економічних результатів, логічним постає питання визначення їхньої ефективності. Однак існує ряд аспектів, які визначають специфіку оцінки подібних заходів.

По-перше, можна говорити про різницю у можливостях оцінки ефективності впливу внутрішніх соціальних заходів, що спрямовані на зацікавлені групи всередині підприємства (в першу чергу на персонал), та зовнішніх соціальних програм. В першому випадку є підрозділ, що здатний дослідити результативність заходів (відділ кадрів чи аналогічна структура), сам об'єкт соціальної активності (персонал) порівняно легко досліджується, а необхідність реалізації конкретних програм є легкозрозумілою.

По-друге, масштаби проведення оцінки є набагато меншими, ніж обсяг соціальних програм. Це пояснюється декількома причинами:

- 1) специфіка впровадження програм (малий обсяг, несистемний характер) не вимагає змістовної оцінки;
- 2) відсутні досконалі методики оцінки соціальних заходів, а спеціалісти підприємства не володіють таким досвідом;
- 3) потреба в оцінці таких програм – відносно рідкісне явище. Для соціальних програм, які склалися традиційно, не мають відношення до основної діяльності підприємства, і позбутися яких підприємство на даний момент не в змозі, оцінка ефективності є неважливим питанням. Більш доцільним буде вирішення питання скорочення непрофільних соціальних програм. Для соціальних програм, впровадження яких є реакцією на тиск владних органів, оцінка не є важливою оскільки сам факт впровадження програм і досягнення домовленості з чиновниками є результатом, ефект від якого складно піддається розрахунку, і стосується не стільки суспільної вигоди, скільки економічної вигоди підприємства.

По-третє, серед переваг соціальної відповідальності вказується позитивний вплив на формування привабливого іміджу компанії, що в свою чергу впливає на покращення економічних результатів. Однак цьому сприяють не лише соціальні, але й комунікативні заходи спрямовані на інформування зацікавлених сторін. А це означає, що наряду з оцінкою ефективності соціальних програм слід проводити оцінку ефективності інформаційного супроводу соціальної активності.

По-четверте, проводячи оцінку ефективності та результативності впровадження соціальних програм слід урахувувати, наскільки ці заходи сприяли подальшій самостійності та стійкості одержувачів допомоги. В першу чергу слід впроваджувати програми, які після отримання необхідних коштів та за компетентного управління можуть реалізуватися, потребуючи з часом все меншої підтримки.

По-п'яте, при визначенні ефективності соціальних заходів варто також приймати до уваги те, що на відміну від соціально орієнтованих витрат результати соціальної активності набагато складніше піддаються розрахунку. Це викликано тим, що іноді складно визначити не лише соціальні результати заходів, але й їхній вплив на покращення економічних результатів компанії.