

УДК 005.35:330.14

## КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ОЦЕНКА ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

*Гриненко А. М., профессор кафедры управления персоналом и экономики труда,  
Государственное высшее учебное заведение «Киевский национальный экономический  
университет имени Вадима Гетьмана»,  
г. Киев, Украина*

Трансформационные преобразования экономик независимых постсоветских государств, ориентированные на формирование социально-рыночных отношений, в течение более двадцати лет, сопряжены с рядом как успешных, так и болезненных процессов. Последние связаны с изменениями социально-экономических, социально-трудовых и социальных отношений, сформированных еще в условиях административно-командной системы. Пожалуй одним из наиболее узких мест в системе преобразований выступает проблема социализации бизнеса на основе построения и реализации социальных программ и разработки внутрифирменной социальной политики. Это в значительной степени связано с необходимостью формирования экономики европейского уровня и стремлением украинских, белорусских и российских предприятий выйти на уровень инновационных разработок и наравных конкурировать на рынке развитых стран. Такой курс требует взять на вооружение и постепенно внедрять в бизнесовую деятельность принципы корпоративной социальной политики и социальной ответственности, как внутренней так и внешней, реализация которых с течением времени способна сформировать в стране цивилизованную бизнес-среду, а заодно и когорту социально ориентированных предпринимателей и адекватное общество.

Эти аспекты деятельности уже давно стали неотъемлемой частью имиджа корпораций в конкурентной борьбе за рынки сбыта и за высокопрофессиональную рабочую силу в странах с развитой экономикой и постепенно внедряются в бизнес экономик постсоветских государств. Поэтому для того, чтобы выдержать конкуренцию современной организации необходимо владеть различными инструментами и методами управления, одним из новейших инструментов которого есть корпоративная социальная политика. Кроме сказанного выше, актуальность темы исследования обусловлена возрастающим влиянием социальных аспектов бизнеса на развитие экономики, качество жизни населения и состояние всего общества.

Существенный вклад у исследования корпоративной социальной политики и оценку эффективности социальных программ предприятий как внутренних, так и внешних внесли такие зарубежные ученые, как Х. Байср., М. Бобер, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Мескон, Дж. Милль, М. Фридман. Этим занимаются также российские, белорусские и украинские ученые, как Л. Богачова, И. Булеев, В. Кашин, А. Нецадин, Г. Тульчинский, Н. Захаров, К. Оксинайд, И. Ситник, Е. Ванкевич., А. Морозова, И. Новикова, А. Колот, И. Новичок, К. Гришкин, Р. Краплич, Е. Мартякова, О. Степанова и др.

Перед учеными на первый план выступает задача разработки теории социальной политики корпорации, на основе которой должны проводиться конкретные практические мероприятия: -- формирование общей концепции корпоративной социальной политики (КСП); разработка способов реализации корпоративной социальной политики на разных уровнях, включая малый, средний и крупный бизнес; проектирование нормативных основ; поиск источников финансирования а также их направленности и т.д. Общие положения формирования и проведение корпоративной социальной политики имеют потребность в научной интерпретации с позиций экономической необходимости, содержания ее слагаемых элементов, структуры, и методики оценки эффективности социальных мероприятий и затрат на их реализацию. Интересен, по-своему, подход белорусских ученых в аспекте реструктуризации социально-ответственной деятельности предприятий с учетом зарубежного опыта [1., с. 171-190].

В научном понимании **социальная политика в корпорации (организации)** представляет собой систему отношений работодателей, администрации и наемных работников по поводу сохранения или изменения их социального положения, или иначе, - это деятельность по удовлетворению социальных потребностей, согласованию социальных интересов, предоставлению социальных услуг работникам предприятий и членам их семей [2., с. 288]. Социальная политика

корпорации есть и самостоятельный, и производный элемент государственной социальной политики, при этом дополняя, развивая и усиливая социальные гарантии общественного характера путем реализации определенных социальных планов, обязательств, социальных пакетов. Предоставляя социальные услуги, сотрудникам и членам их семей кроме заработной платы, корпорации действуют на основе трудового законодательства, тарифных соглашений (генерального и отраслевого), коллективного договора или добровольно через определенные социальные планы, обязательства, социальные пакеты. При этом социальные затраты корпорации -- это уже не столько банальные затраты филантропического характера, сколько инвестиции, которые повышают ее конкурентоспособность и социальный бренд, путем планирования и реализации социально значимых проектов и программ, оценкой их результатов, то есть это уже продуктивные социальные инвестиции.

Структурные слагаемые составных частей корпоративной социальной политики представлены на рис. 1.

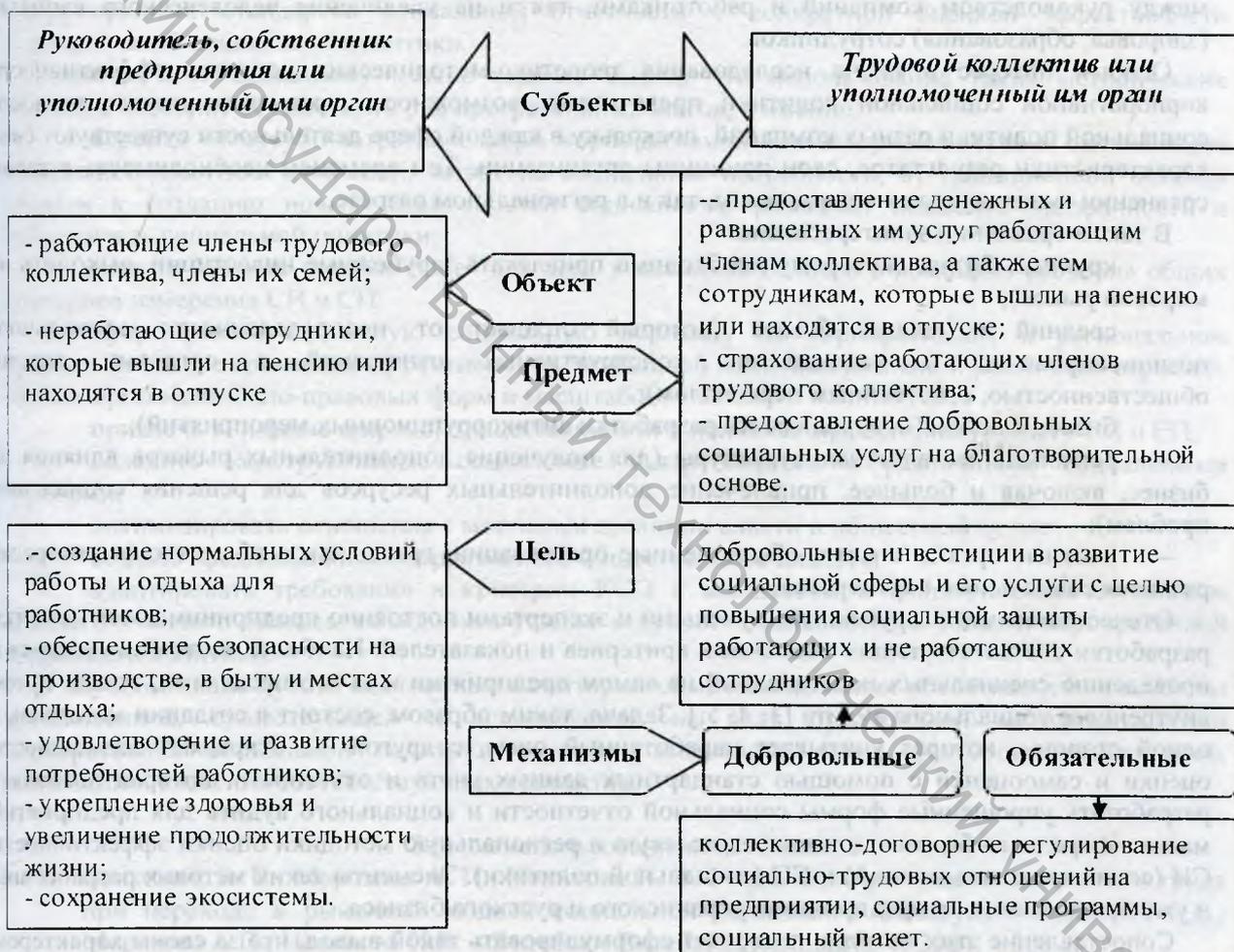


Рисунок 1 – Составные элементы социальной политики предприятий

Важным при этом является деление социальной политики корпорации в соответствии с ее адресатами на внутреннюю и внешнюю. И так, **внутренняя корпоративная социальная политика** -- это социальная политика, которая проводится для работников своей компании и поэтому она ограничена рамками данной компании. **Внешняя корпоративная социальная политика** -- это социальная политика, которая проводится для местного сообщества на территории деятельности компании и ее филиалов как отдельных предприятий.

Внутренняя корпоративная социальная политика базируется на сформированном представлении общества о необходимости компании не только обеспечивать прибыль и платить налоги, но и проявлять заботу о своих работниках. Однако, общество посылает бизнесу не совсем

четкие сигналы, относительно своих пожеланий. Поэтому компания наиболее часто формирует социальную политику исходя из собственных представлений о данном процессе.

Обычно программы "внутренних" инвестиций не выходят за рамки следующих затрат:

- развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников;
- формирование корпоративной культуры;
- рекреация и оздоровление работников и членов их семей;
- вовлечение и поддержка молодежи, в том числе и в образовательные программы;
- спортивные программы;
- предоставление материальной помощи;
- помощь ветеранам;
- реализация различных программ для детей.

Внутренняя корпоративная политика направлена, как правило, как на развитие социального капитала, путем укрепления связей, в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством компаний и работниками, так и на увеличение человеческого капитала (здоровья, образования) сотрудников.

Особый интерес в плане исследования теоретико-методических аспектов эффективности корпоративной социальной политики представляет возможность сравнения результативности социальной политики разных компаний, поскольку в каждой сфере деятельности существуют свои характеристики результатов, свои принципы организации. Тем временем необходимость в таком сравнении существует как в отраслевом, так и в региональном разрезе.

В таком сравнении заинтересованы:

- крупный бизнес (которому необходимо привлекать зарубежные инвестиции, выходить на мировой рынок);
- средний и малый бизнес (который страдает от неопределенности социального позиционирования и налаживания конструктивных отношений с органами власти, общественностью, собственным персоналом);
- бизнес в целом (необходимость разработки антикоррупционных мероприятий);
- региональные властные структуры (для получения дополнительных рычагов влияния на бизнес, включая и большее, привлечение дополнительных ресурсов для решения социальных проблем);
- местные органы власти, общественные организации, гражданское общество (в интересах развития социального партнерства).

Отечественными и зарубежными учеными и экспертами постоянно предпринимаются попытки разработки соответствующих оценочных критериев и показателей. Наиболее часто они сводятся к проведению специальных исследований на самом предприятии и за его пределами, то есть путем внутреннего социального аудита [3; 4; 5;]. Задача, таким образом, состоит в создании методики, с одной стороны, которая учитывает наработанный опыт, с другой -- открывает возможности оценки и самооценки с помощью стандартных данных учета и отчетности, которая позволяет разработать упрощенные формы социальной отчетности и социального аудита для предприятий малого и среднего бизнеса, а также отраслевую и региональную методики оценки эффективности СИ (социальных инвестиций) и СП (социальной политики). Элементы таких методик разработаны и уже применяются на предприятиях украинского и русского бизнеса.

Сопоставление этих методик позволяет сформулировать такой вывод, что за своим характером эффективность СИ и СП может оцениваться по двум основным позициям:

**А) для общества** (как совокупность прежде недоступных благ, количество людей, которые их получили и в конечном итоге -- это сумма затрат на СИ и СП);

**Б) для бизнеса** (что эти затраты дали самому бизнесу -- достижение большей популярности, формирование позитивного общественного имиджа, рост финансовых показателей, капитализация).

Научно-методическая задача состоит в выявлении корреляций между объемами (затратами) внутренних СИ (по разным направлениям) и показателями производительности труда, итоговыми показателями деловой активности (прибыль, рентабельность, капитализация), а также объемами (затратами) внешних СИ (по разным направлениям) и итоговыми показателями деловой активности. В связи с этим можно выделить **три основных варианта оценки эффективности социальных инвестиций:**

- **результативность**, которая определяется соотношением полученного результата к поставленной цели (эффективнее будет деятельность, которая позволяет достичь желаемых результатов);
- **экономичность** – отношение результатов к затратам ресурсов (эффективнее та деятельность, которая позволяет получить результат с меньшими затратами);
- **целесообразность** – отношение целей к реальным социальным проблемам (эффективнее та деятельность, которая позволяет решить реальные социальные проблемы).

По своей направленности социальные инвестиции могут идти или во внутреннюю среду компании (повышение компетентности работников, охрана труда, техника безопасности, развитие корпоративной культуры и т.д.), или во внешнюю относительно компании среду (благоустройство, охрана окружающей среды, ЖКХ, социальная поддержка и защита некоторых групп населения, поддержка и развитие здравоохранения, образование, культуры и т.д.).

Предложенные методические подходы позволяют интегрировать общие принципы международных стандартов социальной отчетности с конкретной оценкой эффективности корпоративной социальной политики.

Подводя итог сказанному можно сделать вывод, что использование таких методических подходов позволит осуществить ряд прогрессивных шагов, а именно:

- перейти от сугубо затратных форм корпоративной благотворительности к оптимизации социальной политики компаний, затрат на социальные потребности, от традиционной помощи бедным к созданию новых возможностей социального развития; повысить прозрачность и публичность социальной политики;
- создать "равное игровое поле" для всех участников бизнеса с помощью введения общих критериев измерения СИ и СП;
- сформировать системную социальную политику на корпоративном и региональном уровнях на основе сравнения эффективности социальной политики компаний различных отраслей, разных организационно-правовых форм и масштабов;
- привлечь внимание широкой общественности к наиболее эффективному опыту СИ и СП;
- наладить конструктивные социальные связи бизнеса с различными социальными группами;
- оптимизировать отношения с местными органами власти и общественностью;
- создать предпосылки конструктивного общественного диалога;
- адаптировать требования и критерии КСО к масштабам и специфике отечественного среднего и малого бизнеса, объединить усилия ведущих специалистов в области корпоративной социальной политики.

В научном плане нужны постоянные мониторинговые исследования объективности и полноты предложенной, существующей и используемой на ряде предприятий методики оценки корпоративной социальной политики с целью выявления новых факторов, зависимостей, тенденций и внесения соответствующих корректив.

#### Список использованных источников

1. Ванкевич, Е. В., Морозова А. П., Новикова И. В. Управление региональным рынком труда при переходе к рыночной модели социальной политики в Беларуси / Ванкевич Е.В., Морозова А.П., Новикова И.В. – Витебск : Витеб. Гос.технол.ун-т, 2004. – 303 с.
2. Гриненко А. М. Соціальна політика. Навч. посіб. / А.М. Гриненко. – К.:Ви-тво КНЕУ, 2004. – 309с.
3. Кашин В. Нешадин А. Тульчинский Г. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) / В. Кашин, А. Нешадин, Г. Тульчинський [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.chelt.ru/2009/5-09/nes4adin509.html>
4. Ситник, Й. С. Методологічний підхід до оцінювання ефективності систем управління підприємствами в умовах конкурентного середовища / Й. С. Ситник // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №6 (108). – С. 53 – 60.
5. Эффективная корпоративная политика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: (<http://www.ulsu.ru/departments/services/relations/ecp/>)