



Autor: Lejla Softić, dipl.oec.¹

Značaj mjerenja socijalnih performansi preduzeća

Društveno odgovorno poslovanje postaje jedan od standarda suvremenog poslovanja. Stoga je mjerenje socijalnih (društvenih) performansi jedan je od zadataka suvremenih finansijskih menadžera. Socijalne performanse je potrebno definisati i pratiti, kako bi se sve aktivnosti i rezultati ostvarili u skladu sa definiranim socijalnim ciljevima preduzeća. Ukoliko u preduzeću ne postoji razvijen sistem za upravljanje socijalnim performansama ne može se precizno razlikovati uspjeh od neuspjeha pri društveno odgovornom poslovanju preduzeća.

Šta su socijalne performanse?

Socijalne performanse (engl. **Social performance**) se koriste za mjerenje koliko učinkovito je preduzeće socijalne (društvene) ciljeve pretvorilo u akciju. Upravljanje socijalnim performansama podrazumijeva da preduzeće odgovorno pristupa realizaciji vlastite poslovne misije, pri čemu se svakodnevno poslovanje i sistem upravljanja u preduzeću odvijaju na društveno svrhovit način. Na taj način preduzeće može isporučiti vrijednosti ciljnoj populaciji (klijenti, zaposlenici, dobavljači ili šira društvena zajednica), što ga finansijski čini odgovornim, etičnim i inkluzivnim.

$$SROI = \frac{SIV - IIA}{IIA \times 100\%}$$

where:
SIV = social impact value
IIA = initial investment amount

Mjerenja socijalnog povrata na ulaganje preduzeća

Nadovezujući se na metodu finansijske analize povrata ulaganja (ROI), socijalni povrat ulaganja (engl. Social return on investment, SROI) je koncept koji uključuje ne samo individualnu dobit dioničara, nego mjeri i koristi za širu javnost u društvenom, ekonomskom i ekološkom smislu.

ROI se koristi u finansijskoj analizi i daje investitoru naznaku učinkovitosti ulaganja uspoređujući dobit povezanu s uloženim kapitalom odnosno omogućava usporedbu alternativnih opcija ulaganja temeljenih na učinkovitosti. U stvarnom svijetu nijedna poslovna aktivnost nije ograničena na svoje mikroekonomske aspekte, jer postoje posljedice koje utiču i na šire socijalno (društveno), ekonomsko i okolišno stanje. Stoga se pojavila potreba mjerenja i socijalnog povrata na ulaganja (SROI). Socijalni povrat ulaganja (SROI) je metoda obračuna stvaranja vrijednosti, prvenstveno društvene ili ekološke vrijednosti. Omogućava suvremenim preduzećima da mjere koliko se promjena kreira praćenjem relevantnih društvenih, ekoloških i ekonomskih ishoda.

Primarna svrha mjerenja socijalnih performansi je održivi i 'pravedniji' biofizički i ljudski okoliš. Da bi to postigla, suvremena preduzeća pri ulaganjima, osim mjerenja konvencionalnog povrata na ulaganje (ROI), trebaju da mjere i socijalni povrat na ulaganje (SROI). Slično kao ROI, i SROI uspoređuje neto sadašnju vrijednost koristi s neto sadašnjom vrijednošću uloženih resursa, ali ima za cilj to učiniti uzimajući u obzir cijeli raspon generirane vrijednosti, izvan uskog okvira mikroekonomske dimenzije poslovanja preduzeća.



softconsulting

Svrha mjerenja socijalni performansi i SROI

Mjerenja socijalnih performansi preduzeća odnosno prezentiranje SROI investitorima je sagledavanje koji je socijalni učinak preduzeća u finansijskom smislu. Na taj način postiže se poboljšanje finansijskog upravljanja kroz bolje planiranje i evaluaciju. Suvremena preduzeća mogu koristiti pokazatelje o postignutim socijalnim performansama i SROI za vlastite filantropske, ekološke i druge poduzete aktivnosti sa ciljem 'unovčavanja' svog društvenog uticaja i u finansijskom smislu.

Iako se pokazatelji o socijalnim performansama odnosno SROI ne moraju koristiti u konvencionalnim finansijskim izvještajima, sve više suvremenih preduzeća vrši publikovanje zasebnih izvještaja koji uključuju društvene, ekonomske i ekološke faktore poslovanja na način da se prezentira koliko učinkovito preduzeće koristi vlastiti kapital i druge resurse za stvaranje vrijednosti za širu društvenu zajednicu. Stoga se socijalne performanse i SROI u izvještajima koriste za procjenu općeg napretka pri poduzimanju određenih razvojnih aktivnosti preduzeća, pokazujući ne samo finansijski nego i socijalni (društveni) učinak koji preduzeće kreira pri svom tržišnom djelovanju.

Indikatori pri mjerenju socijalnih performansi preduzeća

Mjerenje socijalnih performansi preduzeća zahtijeva razumijevanje svih poslovnih procesa preduzeća, kao i pokazatelja koji se koriste za mjerenje sveukupnog socijalnog učinka preduzeća. Suštinski, socijalne performanse preduzeća mjere se kroz principe, radnje i korektivne mjere koje se provode kako bi preduzeće postiglo svoje socijalne (društvene) ciljeve.

Procjena socijalnih performansi može se temeljiti na informacijama dostupnim na razini preduzeća, sa ciljem utvrđivanja u kojoj mjeri se interni procesi odvijaju, na način da se poštuju definisana načela pri svakodnevnom obavljanju operativnih aktivnosti u preduzeću.

Indikatori koji se koriste za mjerenje socijalnih performansi preduzeća mogu se standardizirati u različitim socio-ekonomskim kontekstima, kako bi se koristili za iskustveno učenje o postignutom društvenom učinku, ali i sa ciljem uspoređivanja na razini industrijske grane i sl. Također, indikatori koji se koriste za mjerenje socijalnih performansi preduzeća trebaju biti tako pripremljeni da se mogu lako provjeriti od strane vanjskog revizora (auditora). Neki od indikatora koji se koriste za mjerenje socijalnih performansi preduzeća su: transparentnost troškova proizvoda i usluga, inkluzivnost pri upravljanju ljudskim potencijalima, društvena odgovornost prema okolišu i slično.

Zaključak

U suvremenim uvjetima poslovanja sve veći značaj, za uspješno poslovanje, imaju ciljevi održivog razvoja (engl. Sustainable Development Goals - SDG). Velik broj preduzeća radi na prihvaćanju ovih ciljeva u vlastitom poslovanju odnosno nastoji postizati ciljeve koji nisu samo u interesu preduzeća, nego imaju uticaj na dobrobit svih ljudi i planete Zemlje.

Posljednjih nekoliko godina pojavile su se brojne inicijative za poboljšanje mjerenja i izvještavanja o nefinansijskim učincima tj. socijalnim performansama preduzeća. Sve veći je značaj praćenja uspješnosti poslovanja preduzeća u ekološkim i društvenim područjima. Neki indikatori socijalnih performansi koriste se za ukazivanje na potencijalne rizike koji mogu značajnije uticati na vrijednost preduzeća, dok se drugi indikatori koriste za mjerenje uticaja na društvo, bez obzira da li su finansijski značajni za preduzeće. Mjerenje i praćenje socijalnih performansi preduzeća izuzetno je informativno za sve one koje zanima razumijevanje uticaja poslovanja na društvo, kao i za one koji su zainteresirani za maksimiziranje vrijednosti preduzeća. Zdravi i sretni zaposlenici su produktivniji, što ima dugoročno pozitivan uticaj i na vrijednost preduzeća. Sa druge strane, štetni uticaji na ekologiju i drugi rizici mogu se materijalizirati kao trošak za preduzeće i dugoročno negativno uticati na vrijednost preduzeća.