

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ходанёнок Н.Л., студ., Краенкова К.И., асс.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрена методика оценки деятельности субъекта социального предпринимательства. Рассмотрен анализ субъекта социального предпринимательства с точки зрения стейкхолдеров.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, уровень социализации бизнеса, интегральный показатель социальной отдачи бизнеса, стейкхолдеры.

Социализация бизнеса – способ целенаправленного решения социально-экономических проблем, как самого предпринимательства, так и территории, где оно функционирует за счет совместных организационно-финансовых ресурсов. При этом понятие «возвратности ресурсов» не является обязательным условием социализации бизнеса, которая оценивается косвенными качественными и количественными показателями [1].

Социализация предпринимательства позволит решить такие задачи, как:

- своевременное и комплексное удовлетворение потребностей населения;
- стимулирование деловой активности;
- эффективное перераспределение ресурсов по антикризисным направлениям стратегического планирования;
- согласованное и скоординированное решение возникших проблем в социально-экономическом развитии страны [2, с.80].

Целью методики является создание комплексной оценки организации, которая бы позволила определять уровень социализации бизнеса.

Этапы анализа:

- 1) определение показателей для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства;
- 2) выделение стейкхолдеров для оценки значимости показателей;
- 3) определение эталонных значений выделенных показателей на основе мнений экспертов;
- 4) обработка данных стейкхолдеров и экспертов.

Для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства (на примере организации, в которой работают люди с ограниченными возможностями) было выбрано 3 группы показателей: экономические, социальные и бюджетные.

В качестве экономических показателей можно выделить: рентабельность продаж, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент общей платежеспособности и др.

В качестве социальных показателей выделяются доля численности социально незащищенных слоев населения (далее СНСН) в общей численности, коэффициент стабильности кадров, доля выпущенной социально-значимой продукции (услуги) в общем объеме (либо производимой СНСН, либо предназначенной для них) и др.

К бюджетным показателям можно отнести коэффициент использования труда СНСН, доля налогов к чистому денежному потоку, доля затрат на обучение СНСН в общей сумме затрат и др.

В процессе анализа данные показатели рассчитывались за 3 года для определения динамики данных показателей.

На рисунке 1 представим средний процент выполнения плана по каждой группе показателей за 2014 – 2016 годы.

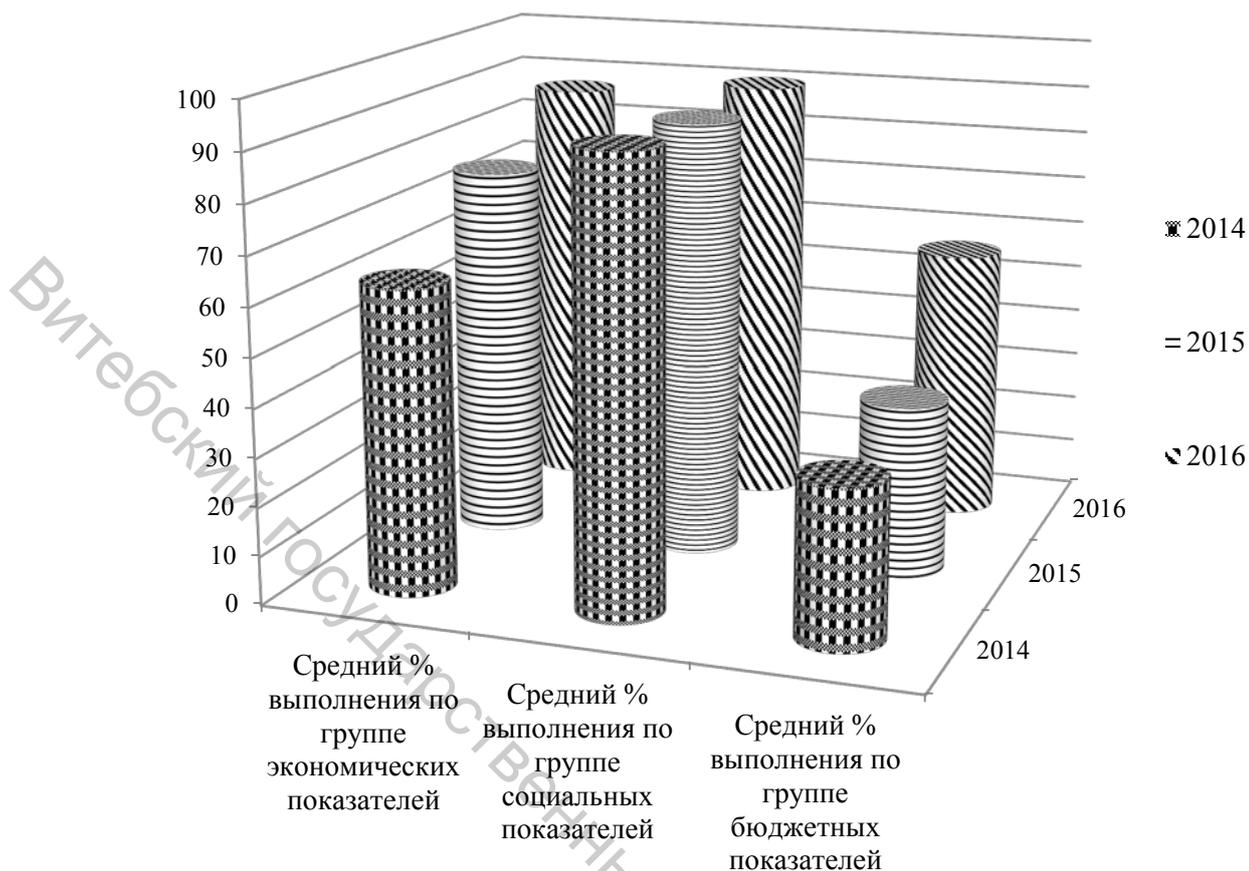


Рисунок 1 – Средний процент выполнения плана по группам показателей

Стейкхолдер – понятие, которое описывает человека, группу лиц или отдельные организации, чьи действия, поведение или решения могут влиять на прибыль компании и процессы в ней.

Среди основных стейкхолдеров организации можно выделить: руководство, работников, государство, покупателей.

Для оценки деятельности субъекта социального предпринимательства с точки зрения различных стейкхолдеров на основе мнений экспертов определены доли значимости показателей, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Доли значимостей показателей по данным стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Доли значимости показателей, %		
	ЭП	СП	БП
Руководство	30	45	25
Работники	25	55	20
Государство	35	20	45
Покупатели	20	55	25

По каждой группе стейкхолдеров рассчитывается частный интегральный показатель, представленный в таблице 2.

После того, как рассчитаны частные интегральные показатели, производится расчет общего интегрального показателя уровня социальной отдачи бизнеса по формуле

$$I = \sqrt[4]{0,81 \times 0,83 \times 0,74 \times 0,81} = 0,80$$

Таблица 2 – Частные интегральные показатели по группам стейкхолдеров

	ЭП	СП	БП
Руководство			
Доля значимости (по данным стейкхолдеров) показателей	30	45	25
Средний % выполнения показателей по группе	87,39	90,48	56,65
Частный интегральный показатель	$I_{ч} = 0,30 \times 0,6360 + 0,45 \times 0,9048 + 0,25 \times 0,5665 = 0,81$		
Работники			
Доля значимости (по данным стейкхолдеров) показателей	25	55	20
Средний % выполнения показателей по группе	87,39	90,48	56,65
Частный интегральный показатель	$I_{ч} = 0,25 \times 0,8739 + 0,55 \times 0,9048 + 0,20 \times 0,5665 = 0,83$		
Государство			
Доля значимости (по данным стейкхолдеров) показателей	35	20	45
Средний % выполнения показателей по группе	87,39	90,48	56,65
Частный интегральный показатель	$I_{ч} = 0,35 \times 0,8739 + 0,20 \times 0,9048 + 0,45 \times 0,5665 = 0,74$		
Покупатели			
Доля значимости (по данным стейкхолдеров) показателей	20	55	25
Средний % выполнения показателей по группе	87,39	90,48	56,65
Частный интегральный показатель	$I_{ч} = 0,20 \times 0,8739 + 0,55 \times 0,9048 + 0,25 \times 0,5665 = 0,81$		

Показатели уровня социальной отдачи бизнеса позволяют определить эффективность функционирования субъекта социального предпринимательства. Так как значение интегрального показателя социальной отдачи бизнеса 0,8, это свидетельствует тому, что субъект социального предпринимательства работает эффективно. Рекомендуется обратить внимание на внедрение новых направлений деятельности, а также открытие новых филиалов, дочерних организаций и т.д.

Для более детального анализа необходимо оценить динамику интегрального показателя, которая представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика общего интегрального показателя социальной отдачи бизнеса

Год	Значение интегрального показателя	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
2014	0,66	-	-
2015	0,71	0,05	107,58
2016	0,80	0,09	112,66

Анализируя данные таблицы 3 можно сделать вывод, что интегральный показатель социальной отдачи бизнеса с каждым годом увеличивается, что свидетельствует о повышении эффективности деятельности субъекта социального предпринимательства.

Так, в 2015 году в сравнении с 2014 годом интегральный показатель социальной отдачи бизнеса увеличился на 0,05 или на 7,58 %. В 2016 году в сравнении с 2015 годом данный показатель увеличился на 0,09 или на 12,66 %.

Список использованных источников

1. Социальное предпринимательство в Беларуси: жизнеспособные модели и секреты успеха // Центр экологических решений [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://ecoidea.by/blogs/379> – Дата доступа: 01.05.2017
2. Соловьева, О.А., Социализация малого и среднего бизнеса как антикризисное направление стратегического планирования в регионе / О.А. Соловьева, // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №6. – С. 80 – 82.