

УДК 334

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Е.С. Грузневич, Л.С. Демидова

В настоящее время различными исследователями все большее внимание уделяется такому понятию как социальная ответственность бизнеса (СОБ). В общем виде СОБ — это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют. СОБ носит многоуровневый характер. К основным заинтересованным сторонам в развитии социальной ответственности бизнеса можно отнести: бизнес, население и власть. Только при взаимодействии этих трех основных сегментов можно развивать социальную ответственность, делать белорусский бизнес этичным и внедрить механизмы более эффективной реализации социальных инвестиций.

Автором данной работы был проведен опрос 13 организаций г. Витебска различных организационно-правовых форм (ООО «Траверс», ООО «Госресурсы», ОДО «ГЛК», ЧУП «Объединенные ресурсы» ОДО «Сантехстрой», ЧУКПП «Семья» и др.) с целью выяснить, понимают ли высшие менеджеры, что такое СОБ и как она проявляется в организации. В результате анкетного исследования было выявлено следующее: в 55% организациях СОБ осуществляется посредством своевременной оплаты налогов, выплаты заработной платы, по возможности предоставления новых рабочих мест; 38% опрошенных руководителей понимают СОБ как обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни (повышение квалификации, профилактическое лечение, строительство жилья, развития социальной сферы); 7% отождествляют СОБ с благотворительностью. При этом основными барьерами для развития СОБ в нашей стране 61% опрошенных менеджеров видит в отсутствии целенаправленной государственной политики, 32% — в слабом финансовом положении организаций и 7% — в отсутствии единого понимания СОБ. Только 31% респондентов считают организацию, в которой они работают, социально ответственной. При исследовании, проведенном центром SATIO в 2009 году, по вопросу понимания СОБ населением и властью были получены следующие результаты. Более 70% городских жителей и более 80% сельских никогда не слышали о феномене СОБ. Основными препятствиями для развития СОБ по оценкам представителей власти являются незначительная информированность руководителей компаний о возможностях социальной ответственности и преимуществах ведения социально ответственного бизнеса.

Таким образом, большая часть компаний несет ответственность на уровне законодательства. Данный показатель скорее отражает минимальный уровень ответственности, то есть не ответственность как таковую. В результате социальная ответственность рассматривается не столько как добровольный вклад в улучшение общественного благосостояния и развитие, сколько как инструмент законодательной ответственности перед налоговой службой и государством. Работники являются наиболее частой причиной развития социальной ответственности, однако у них недостаточно влияния. Бизнес-партнеры не могут способствовать укреплению СОБ, т.к. имеют незначительное влияние и права. Органы власти имеют большие возможности, но недостаточно влияют на социальную активность бизнеса. Собственники не проявляют настойчивости в силу отсутствия личной мотивации и нехватки финансовых ресурсов. Высока доля государственного сектора в

экономике нашей страны, значителен удельный вес предприятий, находящихся на стадии банкротства, что также является факторами, сдерживающими развитие СОБ. На предприятиях частной формы собственности наблюдается тенденция роста уровня ответственности с увеличением срока существования компании в результате расширения бизнес-связей, установления сотрудничества с заинтересованными сторонами. До трех лет деятельности такая зависимость не просматривается, что связано с изначальным различием в возможностях предпринимателей, а также с развитием бизнеса и возвращением кредитов. В этот срок предприниматели практически не развивают социальную ответственность. Таким образом, только работники, а не государство, партнеры и население являются основными лицами, стимулирующими социальную ответственность. Большинство организаций перспективы развития СОБ в нашей стране видят лишь в том случае, если государство изменит свое отношение к бизнесу.

УДК 334:330.101.542

РАНГОВЫЙ МЕТОД ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

О.М. Атрощенко, Т.В. Касаева

В современных условиях большой интерес представляет метод оценки эффективности деятельности организаций, основанный на системном подходе к анализу результатов их деятельности. Чаще всего эта задача решается при помощи вовлечения в анализ всё большего числа показателей и отыскания их из числа таких, которые в большей степени отражают результативность работы коллектива организации. Однако при увеличении количества показателей неизбежно возникает вопрос определения их значимости, роли в достижении эффективной деятельности. Для учёта неравнозначности показателей применяется их ранжирование – присвоение показателям фиксированной балльной оценки, которая тем больше, чем важнее рассматриваемый показатель.

В отечественной практике чаще всего используется следующая нормативная система показателей (НСП):

Таблица 1 – Система показателей, включаемых в НСП

Наименование показателя	Ранг
Прибыль	1
Выручка от реализации продукции	2
Основные средства	3
Себестоимость товарной продукции	4
Средняя заработная плата на одного ППП	5
Среднесписочная численность ППП	6

В построенной таким образом НСП заложено, что если фактические значения роста показателей будут соотноситься в порядке их значимости в НСП, то в этом случае будут выполняться условия эффективности. Задача численности оценки эффективности в этом случае сводится к оценке соотношения между оптимальной и фактической величинами роста показателей, вошедших в НСП.