

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Рассмотрены основные формы организации социально ответственного бизнеса в условиях перехода к социально ориентированной рыночной экономике. Сгруппированы существующие в настоящее время подходы к оценке деятельности социально ориентированных предприятий с учётом составленной иерархии параметров качества жизни. Представлены методические рекомендации по оценке условий развития социально ответственного бизнеса с учётом факторов внутренней среды региона.

Ключевые слова: *социально ответственный бизнес, качество жизни, социально ориентированное предприятие, методика оценки, условия развития.*

Актуальность исследования и его связь с теорией и практикой. Российский бизнес начинает приходить к пониманию своей социальной ответственности перед обществом и каждым его членом. Эта ответственность практически может быть наиболее эффективно осуществлена в рамках социально ориентированного маркетинга, кооперации, развития соответствующих кластеров институтов. Только на основе осуществления социального партнерства российская экономика может динамично и успешно развиваться.

У бизнеса должно объективно появиться желание вкладывать средства в социально ориентированные программы тогда, когда он будет уверен в том, что государство будет всемерно способствовать развитию бизнеса и обеспечивать долговременное присутствие его на рынке. Тогда будет экономический смысл осуществлять вложения денежных средств в крупные социально ориентированные проекты.

Кроме того, вопросы перехода от количественных к качественным показателям развития экономики России, ориентации её на социальные блага, повышение уровня жизни населения приобретают всё большую актуальность и практически невозможны без создания организационных структур, институтов, целями которых станут удовлетворение экономических и социальных нужд и потребностей граждан страны, региона, города, территории.

К таким структурам в последнее время стали относить социально ориентированные предприятия и социальные предприятия, преимущественно некоммерческие. Наибольшее внимание уделяется вопросам экономической сущности социально ответственного бизнеса, его юридического оформления и внедрения в деятельность корпораций социальных отчётов. Методические подходы оценки социальной ориентации в основном разрабатываются на уровне региона.

Обзор литературы и постановка нерешенных научных задач. Экономическую сущность форм социально ориентированных организаций и механизм их взаимодействия с любыми общественными институтами рассматривают в своих трудах различные экономисты и социологи – Э.Н. Рудык, Е.А. Лазарева, С. Туркин, М.А. Бикмуллин и др.

Интересны мнения авторов, разрабатывающих системы показателей оценки социальной ответственности бизнеса и адаптирующих качественные со-

циальные требования к условиям отдельных организаций (А.Г. Ахмедзянова, Р.В. Спеваков, К.Н. Савин, А.В. Краснов).

Нерешёнными остаются задачи: классификации социально ответственных организаций с выделением зон их ответственности; систематизации подходов к оценке деятельности указанных институтов; выделение целевых показателей деятельности социально ориентированных предприятий.

Формулировка цели статьи и методов исследования. Целью статьи является раскрытие сущности понятий, входящих в сферу социальной ответственности бизнеса, и осуществление их классифицирования с помощью метода группировки.

Далее, исследуя существующие подходы к анализу деятельности социально ориентированных предприятий, предложить систему показателей для оценки условий развития социально ответственного бизнеса, предлагая рассчитывать интегральные индексы и комплексные показатели.

Изложение основного материала. В настоящее время существует точка зрения, согласно которой, социальные цели должны преследовать большинство коммерческих организаций, а также объединения, состоящие из органов власти, предприятий, организаций и частных лиц, образующиеся с целью формирования регионального кластера качества жизнеобеспечения.

Группируя на рис. 1 сферы социальной ответственности различных организаций и институтов рыночной экономики, мы приходим к выводу, что в той или иной степени каждое коммерческое и некоммерческое формирование несёт определённую долю социальной ответственности и должно, для нормального продолжения своей деятельности, вкладывать средства, как минимум, в человеческий ресурс, либо улучшение качества производимого продукта.

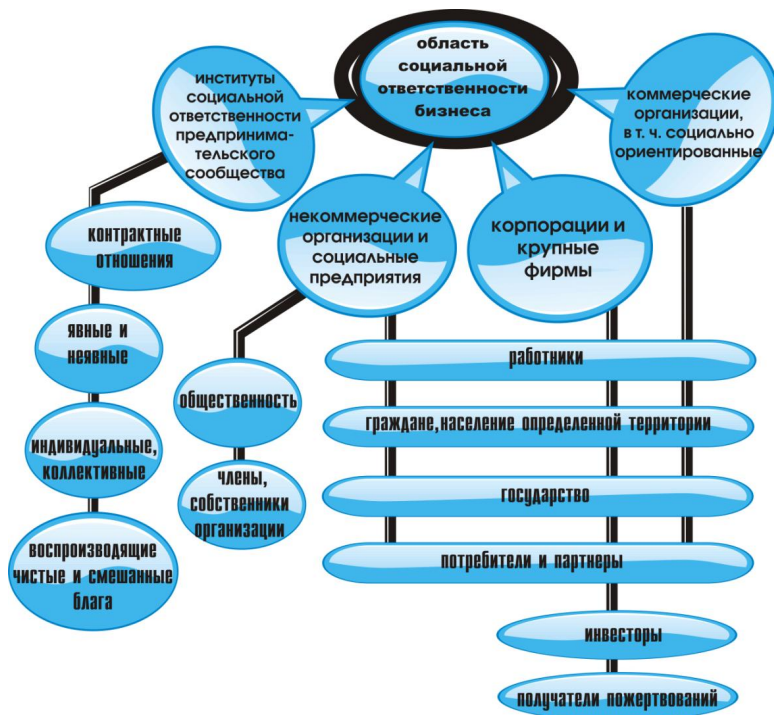


Рис. 1. Сферы социальной ответственности различных организаций и институтов рыночной экономики

На данный момент существуют следующие, сгруппированные в табл. 1, определения, связывающие предпринимательскую (или некоммерческую) деятельность организаций (их объединений) и величину социальной ответственности.

Таблица 1

Сравнение определений, связывающих деятельность организаций (их объединений) и её социальную ответственность

Автор	Определение	Сфера применения
Э.Н. Рудык	<p>Социальное предприятие – организация, создающаяся для удовлетворения экономических и социальных нужд и потребностей граждан, основанная на демократической системе отправления хозяйственной власти в рамках определённой территории</p> <p>Социально значимое предприятие – организация, для которой установлены или определены на договорной основе адресные социальные показатели, достижение которых носит обязательный характер</p> <p>Социально ориентированное предприятие – организация, направляющая средства на социальные цели</p>	Преимущественно некоммерческие организации развитых капиталистических стран, некоторые российские коммерческие и некоммерческие организации
Е.А. Лазарева Р.В. Спешаков	<p>Социально ориентированный бизнес – ответственность организации как работодателя, делового партнёра, «гражданина» определённой территории, страны</p> <p>Социальный менеджмент – политика социальной ориентации коммерческого предприятия, которая в большей степени присуща крупным корпорациям, дающая им возможность реализовать основные потребности в выживании и безопасности</p>	В основном крупные корпорации
С. Туркин	Социальная ответственность бизнеса – использование ресурсов компании и энергии в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры	Корпорации, крупные предприятия
М.А. Бикмуллин	Институты социальной ответственности предпринимательского сообщества – динамически изменяющаяся совокупность неформальных ограничений, формальных правил, механизмов принуждения, устанавливаемых и сознательно поддерживаемых государством и предпринимательскими организациями с учетом индивидуальных, групповых и общественных интересов	Коммерческие и некоммерческие организации, индивидуальные предприниматели
К.Н. Савин	Кластер процессов жизнеобеспечения – комплекс взаимосвязанных и взаимодополняющих социально-экономических, экологических государственных и муниципальных структур и институтов, предприятий, систем и учреждений, осуществляющих мероприятия, дифференцированные в зависимости от региональных особенностей, направленных на выполнение основных функций общества и решение задач по обеспечению благополучия граждан при максимальном сохранении и развитии здоровья человека и окружающей среды	Организации, органы власти и другие институциональные субъекты

Существующие подходы к оценке деятельности социально ответственных предприятий предлагаем рассмотреть по группам исследуемых в них показателей в порядке, определённом последовательностью анализа:

1) показатели, по достижении которых предприятия следует относить к социально ориентированным (СОП);

2) показатели, характеризующие эффект от работы СОП региона: внутренний эффект предприятия и внешний (потребителей, партнёров и др.);

3) показатели, демонстрирующие выход региона на новый уровень развития за счёт эффективности работы СОП;

4) показатели, оценивающие отношение государства к СОП (субсидии, льготы), а также взаимосвязь господдержки СОП и социальных вложений самих предприятий.

Первую и четвёртую группы показателей можно объединить и обозначить как факторные показатели социально-экономического развития, то есть показывающие возможности предприятий, отнесённых к социально-ориентированным, вкладывать в социальную сферу без ущерба собственному производству и расширенному воспроизводству, а также их способности улучшать социально-экономические показатели района или региона.

Вторая и третья группы показателей охарактеризованы нами как результативные, то есть демонстрирующие тот эффект, который получают работники социально-ориентированного предприятия, контрагенты и третьи лица.

К результативным показателям, характеризующим эффект от работы социально-ориентированных предприятий региона, современные исследователи относят:

1. Количество реализованных классических (сотрудничество с некоммерческими организациями, ведущими благотворительную деятельность) и неоклассических (частно-государственное партнёрство в сфере социальных услуг, экологических программ) контрактов [1, с. 14].

2. Величину вложений в человеческий капитал (финансирование образования, производственного обучения, медицинского и профилактического обслуживания персонала) [2, с. 8].

3. Наличие и ведение социальной (нефинансовой) отчётности, внедрение международного стандарта социальной ответственности – ISO 26 000.

4. Индикаторы участия корпораций в социальном инвестировании, к которым относят: коэффициент удельных социальных инвестиций; долю социальных инвестиций в суммарном объеме продаж корпорации; долю социальных инвестиций в валовом объеме прибыли.

5. Степень достижения целевых ориентиров инвестиционного проекта в социальной среде или степень удовлетворения потребности социальной среды в финансовых ресурсах.

6. Экономист Л.В. Пушкарёва предлагает для оценки величины социально-го эффекта от использования социально ориентированной системы маркетинга следующий состав показателей [3, с. 11]: социальный индекс Вайсброда, коэффициент социальной рентабельности, показатель чистой приведенной социальной стоимости, индекс социальной доходности, коэффициент внутренней нормы социальной доходности проекта, интегральный показатель социального эффекта.

Рассмотрим основные методические подходы к определению **факторных показателей, по достижении которых предприятия следует относить к социально ориентированным** или к определённому рангу СОП:

Матрица «экономическая эффективность – социальная эффективность» для оценки эффективности социального менеджмента [4]. Р.В. Спеваков предлагает для характеристики экономической эффективности использовать рента-

бельность деятельности, а для социальной – долю затрат на социальные цели в прибыли компании.

Однако для отнесения предприятия АПК к социально-ориентированному целесообразно для начала построить матрицу «затраты-прибыль», которая может выделить те сильные предприятия, у которых затраты на 100 га сельскохозяйственных угодий относительно высоки, получают больше товарной продукции на рубль затрат и имеют высокую рентабельность, которым, как раз, в настоящее время можно рекомендовать вкладывать часть прибыли на развитие социальной сферы.

Тогда по оси ординат следует показать рентабельность деятельности, а по оси абсцисс следующий расчётный показатель **сравнительной эффективности использования затраченного ресурса**, состоящий из слагаемых:

а) выраженного в процентах отношения затрат на 100 га сельскохозяйственных угодий данного предприятия к минимальным затратам на 100 га сельскохозяйственных угодий предприятия соответствующей отрасли (растениеводство, животноводство, переработка) района;

б) выраженного в процентах отношения выхода товарной продукции на 1 рубль затрат данного предприятия к минимальному выходу товарной продукции на 1 рубль затрат предприятия соответствующей отрасли (растениеводство, животноводство, переработка) района.

Такой комплексный показатель **сравнительной эффективности использования затраченного ресурса** можно представить в формализованном виде для сельскохозяйственных предприятий:

$$\mathcal{E}_{зр} = \left(\frac{З}{S} : \left(\frac{З}{S}\right)_{\min}\right) + \left(\frac{ТП}{З} : \left(\frac{ТП}{З}\right)_{\min}\right), \quad (1)$$

где $\mathcal{E}_{зр}$ – показатель сравнительной эффективности использования затраченного ресурса;

$\frac{З}{S}$ и $\frac{З}{S_{\min}}$ – затраты на 100 га сельскохозяйственных угодий данного предприятия и минимальная по району и отрасли величина затрат на 100 га сельскохозяйственных угодий;

$\frac{ТП}{З}$ и $\frac{ТП}{З_{\min}}$ – выход товарной продукции на 1 рубль затрат данного предприятия и минимальная по району и отрасли величина выхода товарной продукции на 1 рубль затрат.

Внутренние конкурентные преимущества, определяющие рыночные позиции хозяйствующего субъекта, которые можно в модифицированном виде использовать для ранжирования социально-ориентированных предприятий.

На сегодняшний день в работах разных авторов обозначены, описаны и применены следующие **результативные показатели социально-экономического развития, которые позволяют нам оценить выход региона на новый уровень развития за счёт эффективности работы социально-ориентированных предприятий:**

Качество жизни. Проанализировав существующие подходы отечественных и зарубежных исследователей к содержанию категории «качество жизни», М.М. Митюгина определяет качество жизни как основу обеспечения устойчивого социально-экономического развития. Автор выделяет три основных подхода к оценке качества жизни [5]:

1. Методы, основанные на субъективной оценке, предполагающие изучение степени удовлетворенности жизнью самими субъектами, которое осуществляется на основе проведения социологических опросов различных групп населения.

2. Объектно-субъектный подход к оценке качества жизни, предполагающий определение степени соответствия основных параметров и условий жиз-

недеятельности человека его жизненным потребностям, а также личным представлениям о достойном, полноценном и удовлетворяющем его требованиям уровне жизни.

3. Объективный подход к оценке качества жизни, предполагающий количественную оценку степени удовлетворения научно-обоснованных потребностей и интересов общества, выраженных статистически регистрируемыми показателями, посредством их свертки и расчета интегрального индекса.

Целесообразно разработать иерархическую структуру качества жизни для социально ориентированных, которая должна состоять из показателей, сгруппированных по отношению к работникам, партнёрам предприятия и третьим лицам. Рассмотрим предлагаемую нами структуру в табл. 2.

Таблица 2

Иерархическая структура качества жизни как целевые показатели деятельности социально ориентированных предприятий

Потребители социального эффекта	Синтетические категории качества жизни	Частные критерии качества жизни	
Работники предприятия	1. Материальное благосостояние	1.1. Обеспечение стабильной занятостью	
		1.2. Обеспечение повышения квалификации и профессионального роста	
		1.3. Обеспечение необходимого уровня доходов и расходов	
		1.4. Обеспечение жильем и собственностью	
		1.5. Обеспечение мощностями инфраструктуры	
	2. Социальная безопасность	2.1. Обеспечение охраны труда и страхования	
		2.2. Предоставление гарантий в области: образования, здравоохранения, отдыха	
	3. Культурное и духовное благосостояние	3.1. Обеспечение высокого уровня духовности и корпоративной культуры	
	4. Экологическая безопасность	4.1. Качество воздушного, водного бассейна	
		4.2. Сохранение животного и растительного мира	
	Контрагенты	1. Материальное благосостояние	1.1. Выгодные условия договоров
			1.2. Создание благоприятного инвестиционного климата
1.3. Обеспечение качественного взаимодействия с местными органами власти			
1.4. Развитие инфраструктуры			
2. Культурное благосостояние		2.1. Становление института доверия в сделках	
		2.2. Развитие этики в деловых отношениях	
3. Экологическая безопасность		3.1. Качество и безопасность изготавливаемого продукта	
Третьи лица (население)	1. Материальное благосостояние населения	1.1. Обеспечение занятости населения	
		1.2. Обеспечение населения необходимыми продуктами питания	
		1.3. Обеспечение общества мощностями инфраструктуры	
	2. Социальная безопасность населения	2.1. Обеспечение качества трудовой сферы	
		2.2. Предоставление социальных гарантий обществу	
		2.3. Обеспечение физической и имущественной безопасности	

Потребители социального эффекта	Синтетические категории качества жизни	Частные критерии качества жизни
	3. Здоровье населения и демографическое благополучие	3.1. Развитие положительной демографической ситуации
		3.2. Обеспечение физического здоровья населения
		3.3. Обеспечение морального здоровья общества
	4. Культурное и духовное благосостояние населения	4.1. Обеспечение высокого уровня образования населения
		4.2. Обеспечение высокого уровня духовности и культуры, агротуризм
		4.3. Сохранение культурных ценностей, традиций
	5. Экологическая безопасность	5.1. Качество воздушного, водного бассейнов
		5.2. Качество почвы
		5.3. Качество продуктов питания

Содержание качества жизни и ее составляющих определяется содержанием всей системы социально-экономических отношений в обществе на данном этапе его развития. По мере накопления экономического потенциала и достижения устойчивого экономического роста интенсивного типа были созданы объективные условия для усиления социальной направленности экономического развития страны.

2) **SWOT-анализ развития кластера жизнеобеспечения** [6, с. 15]. Позволяет сгруппировать результаты стратегического анализа сильных и слабых сторон социально-экономического развития региона, возможностей и угроз, классифицированных по группам основных факторов внутренней и внешней среды области.

3) **Уровень социально-экономического развития региона** [7, с. 18], который является интегральным показателем, учитывающим различные аспекты экономической и социальной жизни на данной территории. Под уровнем социально-экономического развития понимается степень развития материального и нематериального производств, рассчитывается он следующим образом:

$$Y_{сэр} = (Y_{эп} + Y_{сп}) : 2, \quad (2)$$

где $Y_{эп}$ – уровень экономического развития региона;

$Y_{сп}$ – уровень социального развития региона.

Существуют также формулы, рассчитывающие уровень экономического развития региона и уровень социального развития региона.

Более того, методика, предложенная А.В. Красновым, предполагает расчёт эффективности использования социально-экономического потенциала региона, рассчитываемый как отношение уровня социально-экономического развития региона к уровню его социально-экономического потенциала.

Выводы с определением перспективных направлений последующих исследований. В итоге следует отметить, что в одиночку даже самому сильному социальному или социально ориентированному предприятию проблем социально-экономического развития территорий не решить. Должны быть разработаны в перспективе и организованы опорные структуры социальных предприятий. Во-первых, объединения таких предприятий (региональные, местные и федеральные). Во-вторых, учреждения, созданные либо социальными предприятиями, либо правительством (как это, например, имеет место в Италии). Небольшие центры, оказывающие помощь социальным предприятиям, в частности правовую.

Более того, когда государство дает социальному (социально-ориентированному) предприятию субсидию, оно направляет деньги не ему, а именно таким структурам, и уже объединение следит насколько это эффективно. В-третьих, необходимы различного рода фонды, которые будут поддерживать социальное предпринимательство. Конечно, необходимо создать некий экспертный совет. Следует подумать, что можно сделать, чтобы уже существующие предприятия могли стать социальными или социально ориентированными, и какова в этом деле роль местных органов власти и гражданского общества. Необходимо, наконец, сформулировать предложения по изменению законодательства на федеральном, региональном и местном уровне.

Список использованной литературы

1. Бикмуллин М.А. Трансформация институтов социальной ответственности предпринимательского сообщества в системе антикризисного регулирования российской экономики: автореф. ... канд. экон. наук / М.А. Бикмуллин. – Казань, 2009. – 24 с.
2. Ахметзянова А.Г. Социализация факторов экономического роста в современной России: автореф. ... канд. экон. наук / А.Г. Ахметзянова. – Казань, 2006. – 25 с.
3. Пушкарёва Л.В. Теория и методология социально ориентированной системы маркетинга на предприятии: автореф. ... д-ра экон. наук / Л.В. Пушкарёва. – Санкт-Петербург, 2008. – 48 с.
4. Спеваков Р.В. Формирование государственного пенсионного обеспечения в системе социального менеджмента предприятия: автореф. ... канд. экон. наук / Р.В. Спеваков. – Казань, 2007. – 24 с.
5. Митюгина М.М. Организационные и методические основы управления качеством жизни в современных условиях: автореф. ... канд. экон. наук / М.М. Митюгина. – Казань, 2009. – 26 с.
6. Савин К.Н. Формирование и развитие регионального кластера качества жизнеобеспечения: теория, методология, практика: автореф. ... д-ра экон. наук / К.Н. Савин. – Тамбов, 2009. – 45 с.
7. Краснов А.В. Развитие региональной социально-ориентированной экономики АПК / А.В. Краснов. – М., 2007. – 46 с.

Розглянуто основні форми організації соціально відповідального бізнесу в умовах переходу до соціально орієнтованої ринкової економіки. Згруповано підходи, що існують у цей час, до оцінки діяльності соціально орієнтованих підприємств з урахуванням складеної ієрархії параметрів якості життя. Наведено методичні рекомендації за оцінкою умов розвитку соціально відповідального бізнесу з урахуванням факторів внутрішнього середовища регіону.

Ключові слова: соціально відповідальний бізнес, якість життя, соціально орієнтоване підприємство, методика оцінки, умови розвитку.

This article describes the basic forms of organization of socially responsible business in the conditions of transition to a socially focused market economy. Approaches existing now to an activity estimation of socially oriented enterprises, taking into account the made hierarchy of parameters of quality of life are grouped. Methodical recommendations are presented according to conditions of development of socially responsible business, with account of factors of the internal environment of region.

Key words: Good Corporate Citizen, community-focused enterprise, standard of living, assessment methods, development conditions.

Надійшло до редакції 15.04.2011.