

УДК 005.35

Г. А. Лобанова, кандидат экономических наук, доцент, Ижевский государственный технический университет  
 А. А. Колесникова, аспирант, Ижевский государственный технический университет

## РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

*Анализируется понятие социальной ответственности бизнеса, рассмотрены основные заинтересованные группы и их социальные ожидания, а также предложена методика оценки социальной ответственности бизнеса с учетом данного подхода.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, комплексная оценка уровня социальной ответственности, заинтересованные группы.

Социальной ответственности бизнеса в научной литературе уделяется все большее внимание, и это не случайно. Авторы публикаций единодушны в том, что от уровня социальной ответственности конкретной бизнес-структуры во многом зависят ее шансы на успех. Однако как в самом определении социальной ответственности, так и в методах ее измерения есть множество различных подходов и мнений. Авторы статьи предлагают свое видение данного явления.

Социальная ответственность бизнеса (СОБ) – это явление, которое все прочнее входит в деятельность различных предприятий. Понятие «социальная ответственность бизнеса» очень многогранно, и в экономической литературе нет четкого определения данного термина. Анализ научных работ позволяет определить несколько подходов к его пониманию.

Согласно одному из подходов социальная ответственность подразумевает простое выполнение требований законодательства – налогового, природоохранного, трудового и т. д. Американский экономист, профессор Кембриджа, президент Американской экономической ассоциации в 1967 году Милтон Фридман отметил: «Мало что может так угрожать самим основам нашего свободного общества, как согласие лидеров корпораций взять на себя иную социальную ответственность кроме той, которая состоит в зарабатывании денег для своих акционеров» [6]. По его мнению, социальная ответственность может быть сведена к получению компанией прибыли. Для современной компании достаточно, чтобы ее деятельность согласовывалась с общими принципами защиты окружающей среды, здоровья и безопасности, все остальные социальные программы лишь приведут к излишним расходам.

Другой подход к интерпретации понятия «СОБ» заключается в следующем: чтобы считаться социально ответственными, компании должны способствовать развитию внутренней и внешней среды своего бизнеса сверх предусмотренных законодательством

требований. Важна также позиция компании в отношении сотрудников и рабочих, важно влияние, которое она оказывает на сообщество. Развитие общества и рост компании взаимосвязаны. Достаточно четко эту позицию сформулировал в свое время Дэвид Паккард, основатель корпорации «Hewlett Packard»: «Многие ошибочно считают, что цель существования любой компании – делать деньги. Однако, несмотря на то, что деньги – важный результат работы, мы пришли к выводу: группа людей становится тем, что мы называем компанией, чтобы получить возможность коллективно совершить то, что не по силам одиночкам, – внести вклад в жизнь общества» [7].

Гринберг Т. В. и Лещинская К. Л. отмечают, что встречается еще один подход в трактовке данного термина, связанный с тем, что социальная ответственность бизнеса рассматривается лишь как своеобразная дань моде, PR для улучшения репутации [5].

Следующая позиция сопряжена с так называемым стейкхолдерским подходом, который предполагает, что у предприятия есть определенные заинтересованные группы лиц (стейкхолдеры), которые предъявляют к предприятию определенные требования в области социальной ответственности бизнеса или ожидающие от предприятия определенных действий в этой области. Взаимосвязь бизнеса и основных заинтересованных сторон представлена на рис. 1 [4].



Рис. 1. Стейкхолдерский подход

Таким образом, на рис. 1 показаны основные общественные группы, которые прямо или косвенно взаимодействуют с предприятием. На основе данного подхода Полищук Л. И. определяет социальную ответственность бизнеса как «... средство частного урегулирования нерыночных отношений между компаниями и стейкхолдерами – лицами и институтами, существующими внутри или вне компании, и оказывающими влияние на то, как компания осуществляет свою деятельность, либо на которых влияет деятельность компании» [4].

Многие авторы придерживаются такой же позиции, утверждая, что взаимоотношения с различными заинтересованными группами образуют определенную систему [1, 3, 4]. То есть у каждой

заинтересованной группы существуют определенные требования или ожидания. Для стабильного функционирования данной системы необходимо обеспечить баланс интересов всех групп, включая собственников предприятия. Например, покупая продукцию предприятия, потребители требуют от него высокого качества, умеренных цен, хорошего сервиса и уважительного обслуживания. Государство, предоставляя определенные экономические условия, ожидает от предприятия добросовестной уплаты налогов. Остальные ожидания основных общественных групп представлены на рис. 2 [3]. Нарушение баланса интересов в данной системе ведет к сбою и дестабилизации экономической обстановки.

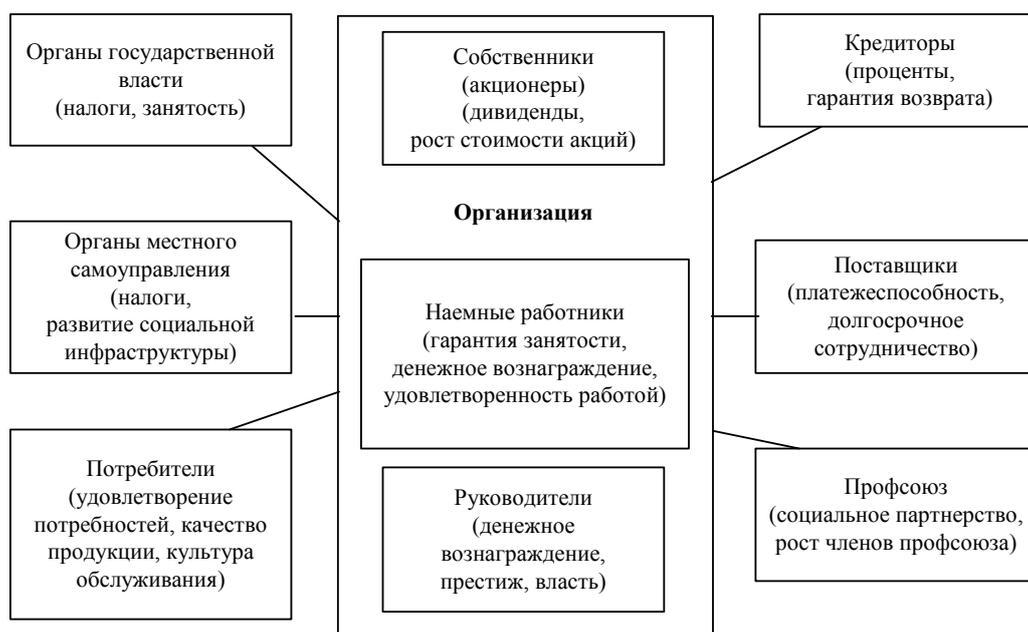


Рис. 2. Заинтересованные группы и их социальные ожидания

В настоящее время все больше собственников предприятия приходят к осознанию того, что чем более сбалансированное взаимодействие между всеми заинтересованными группами, тем более эффективен будет бизнес в долгосрочной перспективе. Поэтому возникает необходимость проводить оценку уровня развития социальной ответственности и фиксировать все отклонения от нормы. Следовательно, возникает необходимость в разработке методики оценки уровня социальной ответственности бизнеса.

Анализ научной литературы показал, что подобные методики существуют, однако они требуют существенной доработки. Так, например, в 80-х годах социальными службами *Минмонтажспецстроя*, *Миноборонпрома* и *Миннефтегазстроя СССР* были предприняты попытки по разработке методики, основанной на «сквозной» (по отраслям) оценке и сравнении эффективности социальных инвестиций и социального партнерства. Данная методика не предполагает введения специальных сложных расчетных показателей, что позволяет сравнивать друг с другом различные компании, организации и учреждения вне

зависимости от их типа, вида, масштабов деятельности, организационно-правовой формы, ведомственной принадлежности и места размещения [2].

Аналогичная методика была разработана Андреевым А. А. исходя из *актуальных направлений социального инвестирования* и представляет собой систему показателей комплексной оценки его объемов по различным направлениям (показатели оценки экологических инвестиций; показатели оценки инвестиций в качество продукции, работ и услуг; показатели оценки инвестиций в развитие региона и местного сообщества; показатели оценки инвестиций в развитие персонала) [1].

Указанные методики основываются на сравнении социальных инвестиций в различные области, однако сама социальная ответственность, на наш взгляд, выходит за рамки инвестиции и подразумевает гораздо более широкое понимание. На рис. 3 представлена схема уровней социальной ответственности, которые подразделяются на добровольные составляющие и обязательные, то есть в рамках законодательства.



Рис. 3. Уровни социальной ответственности бизнеса

Чем выше уровень проявления социальной ответственности, тем больше ожиданий заинтересованных групп удовлетворено и тем более эффективно работает система взаимодействия предприятия и с этими группами.

С учетом важности и актуальности оценки социальной ответственности бизнеса возникает необходимость в разработке инструментария, который позволил бы не только оценить состояние развития СОБ, но и служил бы источником для принятия

управленческих решений. Таким инструментом может стать методика комплексной оценки уровня социальной ответственности бизнеса.

За основу разработки такой методики взята достаточно широко известная методика развития социальной ответственности бизнеса доктора экономических наук профессора Кузнецова А. Л., суть которой заключается в сопоставлении текущего показателя социальной ответственности с его социальным ориентиром или нормативом. Сохраняя данный подход, предлагается распространить этот алгоритм на другие факторы, влияющие на уровень развития социальной ответственности бизнеса.

В данной методике определяется уровень социальной ответственности для каждой заинтересованной группы, а также рассчитывается общий интегральный показатель. В разработанной методике структурно выделены 4 группы заинтересованных лиц и сформированы для расчета уровня СОБ соответствующие показатели, представленные в таблице.

#### Методика комплексной оценки уровня СОБ

Группа заинтересованных лиц	Показатели
1. Работники предприятия	<p><b>1.1. Социальная структура коллектива</b></p> <p>1.1.1. Коэффициент использования рабочих по квалификации</p> <p>1.1.2. Коэффициент образовательного уровня рабочих и специалистов</p> <p>1.1.3. Коэффициент повышения квалификации кадров</p> <p>1.1.4. Коэффициент стабильности кадров</p> <p><b>1.2. Условия труда и культурно-бытовые условия</b></p> <p>1.2.1. Коэффициент соответствия рабочих мест типовым</p> <p>1.2.2. Коэффициент обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями</p> <p>1.2.3. Коэффициент условий производственного быта</p> <p><b>1.3. Оплата и дисциплина труда</b></p> <p>1.3.1. Коэффициент соотношения среднемесячной заработной платы работников предприятия и промышленности</p> <p>1.3.2. Коэффициент соотношения средней заработной платы руководителя предприятия и низкооплачиваемой категории работников</p> <p>1.3.3. Коэффициент уровня трудовой дисциплины</p> <p><b>1.4 Социальная инфраструктура</b></p> <p>1.4.1. Коэффициент обеспеченности жильем</p> <p>1.4.2. Коэффициент обеспеченности детскими учреждениями</p> <p>1.4.3. Коэффициент обеспеченности лечебно-оздоровительными учреждениями</p> <p>1.4.4. Коэффициент обеспеченности культурно-просветительными учреждениями</p> <p>1.4.5. Коэффициент обеспеченности спортивными сооружениями</p>
2. Органы государственной власти и местного самоуправления	<p><b>2.1. Выплата налогов</b></p> <p>2.1.1. Полнота выплаты налогов</p> <p>2.1.2. Своевременность выплаты налогов</p> <p><b>2.2. Занятость работоспособного населения</b></p> <p>2.2.1. Коэффициент занятости трудоспособного населения</p> <p><b>2.3. Охрана окружающей среды</b></p> <p>2.3.1. Коэффициент охраны окружающей среды</p> <p><b>2.4. Наличие социальной инфраструктуры</b></p> <p>2.4.1. Коэффициент наличия социальной инфраструктуры</p>
3. Потребители	<p><b>3.1. Динамика изменения портфеля заказов</b></p> <p>3.1.1. Коэффициент изменения портфеля заказов</p> <p><b>3.2. Стабильность потребителей</b></p> <p>3.2.1. Коэффициент стабильности потребителей</p>
4. Бизнес-партнеры	<p><b>4.1. Поставщики</b></p> <p>4.1.1. Коэффициент удовлетворенности поставщиков</p> <p><b>4.2. Кредиторы</b></p> <p>4.2.1. Коэффициент удовлетворенности кредиторов</p>

Таким образом, в методике при оценке уровня СОБ рассматриваются следующие группы: работники предприятия, органы государственной власти и местного самоуправления, потребители, бизнес-партнеры (поставщики и кредиторы) и общественность. Для каждой группы предложены соответствующие показатели, отражающие их социальные ожидания. Например, для работников организации анализируются социальная структура коллектива, условия труда и культурно-бытовые условия, оплата и дисциплина труда, социальная инфраструктура. Для органов государственной власти и местного самоуправления – выплата налогов, занятость работоспособного населения, охрана окружающей среды. Уровень СОБ определяется путем сравнения норматива или социального ориентира данного показателя с его фактическим значением. Чем ближе фактический показатель к нормативу, тем выше степень социальной ответственности в данной группе.

Результаты, полученные в ходе применения предлагаемой методики, позволяют оценить тенденцию изменения того или иного параметра, своевременно отреагировать на исправление ситуации, скорректировать стратегию развития компании, что

в конечном итоге приведет к успешному развитию всего бизнеса в долгосрочной перспективе.

#### Список литературы

1. Андреев А. А. Методика комплексной оценки объемов социального инвестирования // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 9(147). – С. 73–78.
2. Кашин В., Нецадин А. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) // Человек и труд. – 2009. – № 5.
3. Захаров Н. Л., Кузнецов А. Л. Управление социальным развитием организации : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 263 с.
4. Полищук Л. И. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: институциональный анализ с приложением к России. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. – № 01. – 24 с.
5. Гринберг Т. В., Лецинская К. Л. Экономическая политика России – XXI век. – URL: www.csrjournal.com
6. Fridman M., Fridman R. Free to Choose: A Personal Statement. – 1980.
7. Packard D. The HP way: How Bill Hewlett and I built our company. – Collins, 1996. – 224 p.

G. A. Lobanova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Izhevsk State Technical University

A. A. Kolesnikova, Post-Graduate Student, Izhevsk State Technical University

#### Development of Complex Estimation of Business Social Responsibility Level

*The concept of business social responsibility, the basic interested groups and their social expectations are considered. The technique of estimation of business social responsibility taking into account the given approach is offered.*

**Key words:** social responsibility of business, complex estimation of social responsibility level, interested groups.

УДК 336.645.1

В. П. Первадчук, доктор технических наук, профессор, Пермский государственный технический университет

В. А. Белецкий, аспирант, Пермский государственный технический университет

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ИНФОРМАЦИОННУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ

*Рассмотрен количественный подход оценки эффективности инвестирования в информационную безопасность. Неопределенность, связанная с подобным инвестированием, моделируется с помощью нечетких множеств.*

**Ключевые слова:** информационная безопасность, нечеткие множества, инвестиции.

Защита информации – это сложная и затратная задача. Помимо высоких инвестиций, необходимо решить противоречие между доступностью информационных ресурсов, то есть их удобством – одним из основных преимуществ информатизации – и необходимой степенью защиты. Так как защитные меры приводят к снижению удобства использования информационных ресурсов и несут немалую и зачастую плохо вычисленную выгоду, ре-

шения в пользу безопасности принимаются лишь в том случае, если сторонник защиты информации пользуется личным уважением у руководства. Такие отношения восходят к прошлому, когда оракул предсказывал будущее, основываясь на собственной мудрости. Сегодня требуется количественная оценка рисков и преимуществ, основанная на рациональных математических моделях.