

ларативный характер и практика их применения с реальным привлечением лица к ответственности, к сожалению, очень невелика. Тем, не менее, настоятельно рекомендуем нанимателю принимать все возможные меры по защите секрета производства (ноу-хау) и привлекать к ответственности в случае разглашения.

Литература:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07 декабря 1998 г., № 218-З : в ред. Закона Респ. Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 366-З // КонсультантПлюс: Беларусь.Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2009.

2. Трудовой кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. : одобр. Советом Республики 30 июня 1999 г., с изм. и доп., в ред. от 20 июля. 2007 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2001. – № 15. – 6/268.

3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях: принят Палатой представителей 17 декабря 2002 г.: одобр. Советом Республики 2 апреля 2003 г., с изм. и доп., в ред. 20апреля 2012 г. // Нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь. – 2003. – № 63.– 2/946.

4. Уголовный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 2 июня 1999 г.: одобр. Советом Республики 24 июня 1999 г.,с изм. и доп., в ред. 9 июня 2006г. // Нац. Реестр правовых актов Республики Беларусь. – 1999. – №76. – 2/50.

5. Зинковский, М.А. Если работник разгласил секреты производства (ноу-хау): пять самых острых вопросов / М.А. Зинковский// Трудовые споры. – 2011. – № 12. – С. 40–50.

С.А. Манжинский

*УО «Белорусский государственный технологический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ «УСТОЙЧИВОЙ КОМПАНИИ» ПРИ РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ ОБЩЕСТВА

Доминирующая с начала 80-х гг. XX в. в корпоративном управлении модель акционерной стоимости, основанная на создании конкурентного рынка капиталов, координации интересов акционеров и ме-

неджмента через набор контролеров в виде специальных институтов для получения достоверных сведений о рынке, по мнению многих исследователей не может в настоящее время в полной мере выполнять роль «объяснения построения экономического мира» и основы для управления. События последних десятилетий, в том числе волна финансовых и экономических кризисов, глубокие негативные экологические изменения, возрастающее социальное неравенство в мире свидетельствуют о существенных недостатках теории акционерной стоимости в качестве инструмента для принятия эффективных управленческих решений на всех уровнях управления.

Основными причинами, почему модель акционерной стоимости не работает в должной степени на практике, являются следующие обстоятельства:

- цена акции очень слабо коррелирует с деятельностью компании (цены на акции отдельных компаний сильно коррелирует с общим движением рынка);
- цена акции не отражает многих социальных и экологических издержек (что подтверждается, например, наличием экстерналий);
- большинство институциональных инвесторов (акционеров) являются краткосрочными и пассивными, что не стимулирует менеджмент к стратегическому планированию;
- контролирующие институты имеют ограниченные возможности для мониторинга деятельности компаний.

Все это свидетельствует об острой необходимости разработки и внедрения новой модели корпоративного управления, которая позволила бы в большей степени отвечать возрастающим экономическим, социальным и экологическим вызовам. Одним из таких подходов, зародившимся в начале XXI в., является концепция «устойчивой компании» (*the Sustainable Company*), во многом расширяющая представления и требования к эффективному управлению и позволяющая учитывать при оценке деятельности компании не только экономические, но и социальные и экологические показатели.

Впервые термин «устойчивой компании» был использован Крисом Лазсло (Chris Laszlo) в 2003 г. и в настоящее время подразумевает компанию, которая была бы экономически успешной, заботящейся о социальных интересах внутри и за своими пределами, уважающей права трудящихся и являющейся экологически чистой [1].

В отличие от модели акционерной стоимости концепция «устойчивой компании» состоит из следующих шести элементов:

- концепция устойчивости и учета интересов всех заинтересованных сторон (владельцев, работников, потребителей, общества);
- устойчивая компания имеет набор целей устойчивого развития и детальную стратегию для достижения этих целей;
- вовлеченность всех заинтересованных сторон, в частности сотрудников в процессе принятия решений в устойчивой компании;
- устойчивая компания имеет внешне проверяемую систему отчетности на основе финансовых и нефинансовых (экологических, социальных и т.д.) показателей, которая позволяет измерить степень достижения целей устойчивого развития;
- стимулы в устойчивой компании предназначены для поддержки устойчивости;
- устойчивая компания взаимодействует с долгосрочными и ответственными инвесторами, заботящимися не только о финансовой отдаче, но и о социальных, и экологических последствиях своих инвестиций.

Ключевым элементом модели устойчивого компании является система отчетности, с помощью которой можно оценивать степень достижения устойчивости развития, а значит влиять на социально-экономические процессы как во внутренней, так и во внешней среде компании. В настоящий момент одним из лучших примеров, используемых в данном направлении, является система отчетности *Global Reporting Initiative (GRI)*, разработанная Коалицией за экологически ответственный бизнес [2]. В основе применения *GRI* лежит система отчетности, отражающая показатели: экономической и экологической результативности; результативности в области прав человека; результативности подходов к организации труда и достойного труда; результативности в области ответственности за продукцию; результативности в области воздействия продуктов и услуг; результативности взаимодействия с обществом.

Анализ внедрения системы *GRI* в Беларуси показал ее слабую степень распространения и использования – лишь на нескольких предприятиях (преимущественно с иностранными инвестициями) данная форма отчетности ведется. Внедрение данной системы видится перспективным направлением совершенствования механизмов управления белорусских предприятий особенно в разрезе возможных процессов разгосударствления. Очевидно, что действенная реализация концепции «устойчивого предприятия» невозможна без соответствующих изменений в законодательстве и создании благоприятных условий для ее использования, под-

держки со стороны общественных организаций и государства. Немаловажным является глубокое осмысление и понимание со стороны работников и собственников самого предприятия необходимости использования данной концепции в процессе оценки эффективности деятельности и решения социально-экономических задач.

Литература:

1. Laszlo, C. The Sustainable Company: How to Create Lasting Value Through Social and Environmental Performance / C. Laszlo. – Washington: D.C.: Island Press, 2003.

2. Отчетность в области устойчивого развития // Global Reporting Initiative (GRI) [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://https://www.globalreporting.org/languages/russian/Pages/Отчетность-в-области-устойчивого-развития.aspx>. – Дата доступа: 29.03.2013.

А.А. Мисуно

ООО «Бизнес решения»

(Республика Беларусь, Минск)

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИЛИ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТИМУЛЫ

В классической экономической теории подразумевается, что человек действует исключительно рационально, учитывая все возможные риски и максимизируя собственную выгоду, делает логически безупречный выбор. В таком русле экономическая теория развивалась до 30х годов XX века, пока И. Фишер и В. Парето не начали говорить о необходимости учета человеческого фактора в принятии решений (к примеру, Фишер указывал в «Теории процента» на необходимость учета психологии при анализе потребления экономическими агентами).

В действительности, реальная жизнь оказалась гораздо сложнее существовавшей экономической модели, где человек зачастую принимает решения основываясь не на логических заключениях, а скорее на интуиции, под действием эмоций, моральных принципов и убеждений.

Таким образом, экономическая наука уходит от идеи полной рациональности человека, как экономического агента, и зарождаются идеи, которые ложатся в основу поведенческой экономики («бихевиаристской экономики»). Экономисты задаются вопросом на столько ли существенны психологические факторы, влияющие на принятие решений человеком и способны ли они превзойти систему экономических стимулов.