

Таким образом, зарубежный опыт внедрения новой инновационной системы планирования (компания TimkenSteel) показал, что на крупных металлургических производствах с несколькими переделами невозможно обойтись одним планировщиком. В этом случае требуется командная работа группы специалистов по планированию. Многие производители систем планирования считают, что если система обеспечивает возможность подключения неограниченного количества пользователей для работы в параллельном режиме с планом, то этого достаточно для поддержки работы в команде группы планировщиков. Ожидается, что внедрение новой системы планирования позволит повысить объемы производства, сократить запасы и цикл производства, улучшить дисциплину отгрузок.

Источники

1. Бизнес-план ОАО «БМЗ — управляющая компания холдинга «БМК» на 2016 год. — Жлобин, 2015. — 265 с.
2. ОАО «БМЗ — управляющая компания холдинга «БМК» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belsteel.com>. — Дата доступа: 01.10.2018.
3. Отчет о прибылях и убытках ОАО «БМЗ — управляющая компания холдинга «БМК» за 2017 год. — Жлобин, 2016. — 5 с.
4. Отчет о движении продукции по месяцам ОАО «БМЗ — управляющая компания холдинга «БМК» на 2017 год. — Жлобин, 2017. — 27 с.
5. Новое поколение инновационного планирования в стальном дивизионе Timken Steel [Электронный ресурс] // LOGICNews. — Май 2014. — Режим доступа: <http://www.logis.cz>. — Дата доступа: 30.09.2018.

М. Н. Татарина

Научный руководитель — кандидат экономических наук И. М. Микучич

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РОСТА ЭКОНОМИКИ

В работе представлена характеристика концепции корпоративной социальной ответственности с точки зрения отечественного опыта. Приведены результаты контент-анализа социальных отчетов одной из крупных белорусских организаций, а именно анализ форм и мотивов КСО, результаты экспертного интервью. На основе полученных данных дана характеристика применения мировой практики в области корпоративной социальной ответственности в отечественном бизнесе.

История становления концепции корпоративной социальной ответственности берет свое начало в 1950-х гг. и на сегодняшний день имеет как сторонников, так и оппонентов. В начальный период развития данной концепции речь велась о корпорациях (компаниях, имеющих акционерную форму собственности), поэтому получила название корпоративной социальной

ответственности. На сегодняшний день приемлемо использование термина социальная ответственность бизнеса как синонима корпоративной социальной ответственности (далее — КСО).

КСО как феномен существует уже немало лет и есть несколько вариантов понимания его сущности. Некоторые полагают, что КСО — это в первую очередь ответственность перед владельцами бизнеса, другие — что это PR-проекты, созданные исключительно для увеличения спроса, привлечения потребителей. Существует также мнение о том, что КСО — это исключительно благотворительность. Наиболее общим пониманием корпоративной социальной ответственности считается трактовка КСО как влияния бизнеса на общество [2, с. 401].

На территории Республики Беларусь концепция КСО приобретает все большую актуальность. Серьезную лепту в процесс продвижения концепции КСО внес ЦСБТ «САТИО», став инициатором ежегодного конкурса «Бренд года». Задачей этого мероприятия стало стимулирование отечественных предприятий к росту конкурентоспособности на отечественном и мировом рынке, продвижение собственных брендов. Негативные стереотипы о бизнесе и его участниках, которые сложились в сознании белорусского общества еще в 90-е гг. прошлого столетия, необходимо искоренять благодаря внедрению принципов КСО и поощрению КСО-инициатив. В различных номинациях «Бренда года» побеждали «Савушкин продукт», «Инко-Фуд», «Бабушкина крынка», «Конте-Вест» и др. В 2005 г. в рамках Глобального договора при поддержке ПРООН была учреждена самая престижная номинация — «Социально ответственный бренд».

Для успешного осуществления КСО-инициатив белорусскому бизнесу не хватает специалистов, обладающих знаниями в соответствующей области, а также качествами социально ответственного работника. Анализируя и оценивая корпоративную социальную ответственность в контексте белорусского общества, можно отметить, что несмотря на более позднее появление данной модели построения бизнеса в Беларуси нежели, например, в странах Западной Европы, белорусская модель КСО стремительно развивается. Тенденции КСО в Беларуси идут в ногу с мировыми, при этом имеют свои особенности, соответствующие запросам нашего общества [3].

Автором был проведен контент-анализ социальных отчетов одной из крупных белорусских организаций, на основании результатов которого можно сказать, что такая форма КСО, как благотворительность, все еще является основной для отечественного бизнеса (рис. 1).

Отраженные на рис. 1 тенденции свидетельствуют о том, что концепция КСО все еще проходит стадию своего становления. Главными мотивами КСО выступают лояльность персонала и потребителей, а также репутация организации. Графически это представлено на рис. 2.

Помимо контент-анализа было проведено экспертное интервью, в ходе которого респондент делился своим мнением о том, как и в каком направлении будут развиваться предприятия. Возможно, отечественный бизнес еще не полностью готов ввести в свою практику принципы КСО, но это так или иначе произойдет.

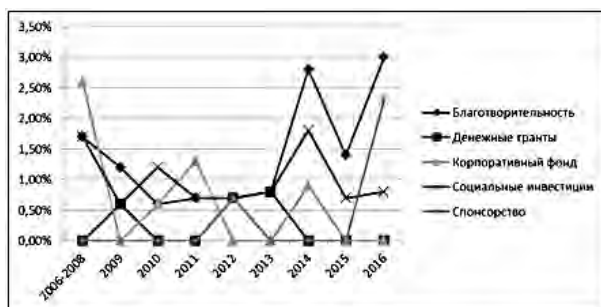


Рис. 1. Анализ форм КСО

Источник: собственная разработка.

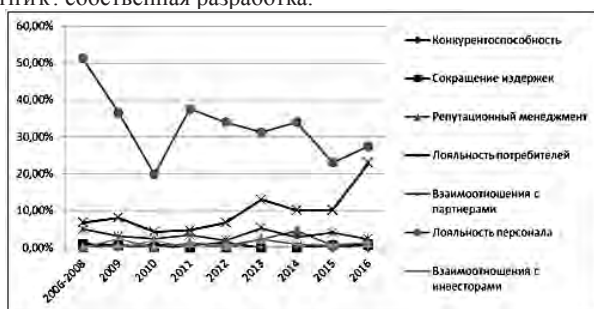


Рис. 2. Анализ мотивов КСО

Источник: собственная разработка.

В отношении специфики белорусской практики КСО согласно мнению эксперта большое внимание уделяется внешним стейкхолдерам, что подтверждают многочисленные КСО-инициативы, проводимые компанией. Из этого можно сделать вывод о том, что основным мотивом является лояльность потребителей и привлечение новых покупателей.

Помимо прочего эксперт дал свою оценку мнению о том, что основной формой КСО является благотворительность. Анализируя ответ респондента, можно сделать вывод о том, что это основная форма реализации принципов КСО, с помощью которой можно оказать поддержку общественности. В основе «добрых дел» любой компаний всегда лежит намерение оказать помощь, и благотворительные акции, благотворительная помощь всегда будут существовать наравне с прочими формами.

Подводя итог проведенных исследований, можно сказать, что тенденция включения принципов КСО в деятельность отечественных организаций имеет позитивный характер.

Мировое бизнес-сообщество объединяется для устранения как глобальных социальных и экологических проблем, так и для решения региональных задач в данных областях. Важно, что Республика Беларусь также вступила на путь развития бизнеса в рамках корпоративной социальной ответственности. Включение в национальную сеть «Глобальный договор» как крупных компаний, так и малого и среднего бизнеса, учреждение номинации «Социально ответственный бренд» в рамках конкурса БРЭНД ГОДА, проведение форумов и кампаний, продвижение КСО-инициатив в области охраны окружающей среды, образования, культуры, здравоохранения, защиты социально уязвимых слоев населения является подтверждением того, что КСО в Республике Беларусь стоит на пути все большей популяризации. Социально ответственный бизнес — это путь к эффективному экономическому и социальному развитию, а также к сохранению окружающей среды для последующих поколений.

Принципы корпоративной социальной ответственности в бизнесе применяются все чаще. На официальном сайте Глобального договора в Беларуси представлен перечень белорусских организаций, принимающих участие в инициативе. Белорусское бизнес-сообщество успешно переняло мировой опыт в области КСО. Доказательством этому может послужить множество КСО-инициатив, в рамках которых действуют белорусские компании. Белорусское КСО принято считать «культурным», однако это далеко не единственная сфера реализации принципов корпоративной социальной ответственности. В число КСО-инициатив входят проекты в области образования («Планшет с нуля» поспособствовал более 5000 обучающимся в возрасте от 55 лет освоить интернет-пространство), поддержки социально уязвимых слоев населения («Попробуй профессию в деле» — проект, организованный для студентов-инвалидов, выбравших IT-специальность, помог 1432 людям получить возможность работать), экологии («Умный парк», «Спасем Ельню вместе!» и т.д.). Каждое предприятие, осуществляющее деятельность в области КСО, размещает в открытом доступе информацию о проведенной работе, с которой может ознакомиться любой желающий [1].

Все изложенные факты говорят о том, что в отечественном бизнесе широко применяется мировая практика в области корпоративной социальной ответственности. Отечественные предприятия принимают участие в социальных программах, а также сами становятся инициаторами таковых.

Источники

1. Глобальный договор. События [Электронный ресурс] // Глобальный договор в Республике Беларусь. — Режим доступа: <http://globalcompact.by/>. — Дата доступа: 07.03.2018.

2. Симхович, В. А. Социальная ответственность как философия управления компанией: белорусский опыт / В. А. Симхович // XI Международная научная конференция ГУ-ВШЭ по проблемам развития экономики и общества, Москва, 6–8 апр. 2010 г. — М. : ГУ-ВШЭ, 2011. — С. 400–407.

3. У белорусского КСО уникальные очертания [Электронный ресурс] // Международный социально-экономический фонд «Идея». — Режим доступа: <http://isefi.by/>

А. Н. Точко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Буховец

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РАЙОНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В работе представлены результаты оценки инвестиционной активности в районах Республики Беларусь с применением метода многомерного сравнительного анализа. Инвестиционная активность в качестве одной из составляющих инвестиционного климата является важнейшим индикатором конкурентоспособности той или иной территории, который отражает способность региона отвечать требованиям мирового сообщества.

Успешное и эффективное функционирование национальной экономики зависит от конкурентоспособного развития регионов страны, чему во многом способствует привлекаемый капитал, который в условиях ограниченности государственных финансовых ресурсов призван решить ту или иную проблему, препятствующую успешному экономическому росту. Кроме того, высокая инвестиционная активность в регионе может свидетельствовать о благоприятном инвестиционном климате, так как является одной из трех его составляющих.

Таким образом, для оценки инвестиционной активности в районах Республики Беларусь в 2010 и 2016 гг. была использована методология проведения многомерного сравнительного анализа, в соответствии с которой была проведена оценка по трем выбранным показателям и соответствующим им весовым коэффициентам, определенным экспертным путем (см. таблицу).

Показатели и их весовые коэффициенты для проведения многомерного сравнительного анализа инвестиционной активности районов Республики Беларусь

Показатель	Коэффициент
Инвестиции в основной капитал, руб. на душу населения	0,3
Поступление иностранных инвестиций в реальный сектор экономики, дол. США на душу населения	0,4
Поступление прямых иностранных инвестиций в реальный сектор экономики, дол. США на душу населения	0,3

Источник: собственная разработка.

После соответствующих методике расчетов были получены рейтинги за 2010 и 2016 гг., характеризующие интенсивность инвестиционной активности в районах Беларуси.