

**Климкович Н. И.**, старший преподаватель  
Академия управления при Президенте Республики Беларусь,  
г. Минск, Республики Беларусь

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ И САМООЦЕНКИ**

В современных условиях как отечественными, так и зарубежными организациями активно поддерживается идея социального вклада в устойчивое развитие общества как отличительной черты цивилизованного осуществления хозяйственной и предпринимательской деятельности. Ответственность организаций за влияние их деятельности и принимаемых ими решений не только на нынешнее, но и на будущие поколения, а также окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, согласующееся с устойчивым развитием и благосостоянием общества, международными нормами поведения и учитывающее ожидания заинтересованных сторон, рассматривается в рамках концепции корпоративной социальной ответственности (КСО).

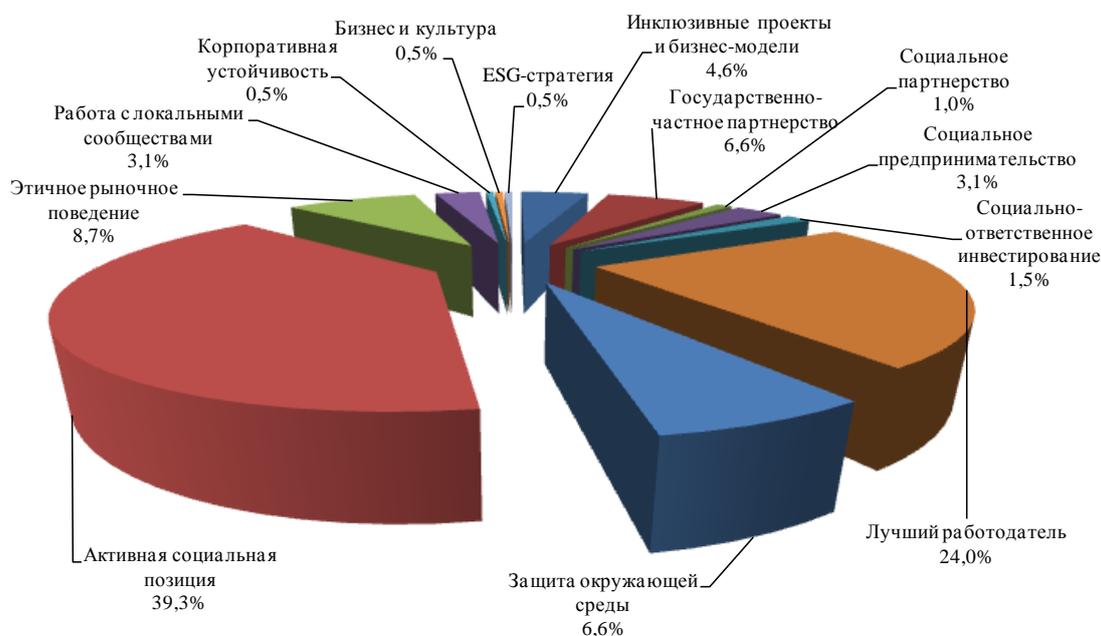
В целях развития ценностей КСО и популяризации опыта социальной ответственности бизнеса в Республике Беларусь в рамках профессионального конкурса в сфере маркетинга и брендинга «Бренд года» для определения и награждения организаций, демонстрирующих активность в различных плоскостях социальной ответственности бизнеса, в 2005 году учреждена почетная номинация «Социально ответственный бренд» (с 2019 года «Социальная номинация», с 2022 года «Корпоративная устойчивость»).

Изменение названия номинации «Социальная номинация» на «Корпоративная устойчивость» обусловлена тем фактом, что в стратегиях многих организаций набирает актуальность ESG-повестка (environment, social, governance), предполагающая ответственное отношение к окружающей среде, социальную ответственность и корпоративное управление и являющаяся одним из критериев ценности как для инвесторов, так и для потребителей. В следствии этого конкурсные категории теперь состоят из трех блоков: экология, социальное развитие и корпоративное управление, а организации, заявляющие о своем участии в номинации, отмечают за вклад в развитие общества, решение социальных проблем, защиту окружающей среды, применение практик ответственного корпоративного управления [1].

Проводя сравнительное сопоставление предлагаемых ранее категорий участия в социальной номинации, прослеживается практика пересмотра некоторых категорий участия в номинации. Так, до 2021 года участники номинации отмечались за активную социальную позицию, достижения как работодателя, государственно-частное партнерство, защиту окружающей среды, работу с локальными сообществами и т. д. В 2021 году в Социальной номинации появились такие категории участия, как партнерство, нефинансовая отчетность, никого не оставить в стороне, COVIDарность [1]. Новая категория ESG-стратегия способствует развитию бренда организации, формированию долгосрочной

лояльности сотрудников, инвесторов, органов государственной власти, потребителей, а также повышается доверие местных жителей в регионах присутствия организации.

Со времени учреждения конкурса и по 2021 год в социальной номинации профессионального конкурса «Бренд года» номинировано около 100 организаций различных сфер деятельности в ряде таких категорий участия, как активная социальная позиция, лучший работодатель, этическое рыночное поведение, защита окружающей среды, государственно-частное партнерство, инклюзивные проекты и бизнес-модели и др. (рисунок 1).



**Рисунок 1 – Удельный вес категорий участия социальной номинации профессионального конкурса «Бренд года», 2005–2021 годы**

Знаками победителя профессионального конкурса «Бренд года» являются золотая, серебряная и бронзовая медали, помимо которых отличительным знаком также выступает словесная формулировка статуса победителя и финалиста профессионального конкурса «Бренд года» [1]. Так, за период с 2005 года по 2021 год золотыми медалями награждены 84,4 % номинированных организаций, серебряными медалями – 11,0 % и бронзовыми медалями – 4,6 %.

Прослеживая динамику полученных медалей разных достоинств организациями, номинированными в социальной номинации профессионального конкурса «Бренд года», по годам (рисунок 2), можно судить о том, что требуемый уровень, отражаемый в балльных оценках в процентах от максимально возможного, достаточно различается.

Активную позицию в социальной номинации профессионального конкурса «Бренд года» занимали как крупные промышленные организации (ОАО «БМЗ – управляющая компания холдинга «БМК», ОАО «Савушкин продукт», ГПО «Белоруснефть», ПУП «ФреБор» и др.), так и финансовые организации (ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Белвнешэкономбанк» и др.), учреждения здравоохранения и образования (УЗ «Минская областная детская клиническая больница», УО «Витебский государственный медицинский университет») и др.



**Рисунок 2 – Динамика полученных медалей разных достоинств организациями, номинированными в социальной номинации профессионального конкурса «Бренд года», 2005–2021 годы**

ОАО «Савушкин продукт», СООО «Мобильные ТелеСистемы», УП «А1», ИП «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия» и др. номинировались в разных категориях участия социальной номинации на протяжении длительного времени и некоторые организации были отмечены по двум категориям участия:

– Гран-при номинации «Социально ответственный бренд» и активная социальная позиция – это СООО «Мобильные ТелеСистемы» в 2012 году, 2013 году, 2016 году, 2018 году и УП «А1» в 2015 году, 2017 году;

– Гран-при Социальной номинации и лучший работодатель – ГПО «Белоруснефть», активная социальная позиция и лучший работодатель – представительство ООО «Takeda Osteuropa Holding GmbH» в 2019 году;

– Гран-при Социальной номинации и бизнес и культура – ООО «Астосдевелопмент», активная социальная позиция и лучший работодатель – ОАО «Белагропромбанк» в 2020 году.

В 2021 году по трем категориям участия Гран-при Социальной номинации, лучший работодатель и работа с локальными сообществами отмечено ОАО «Белагропромбанк», помимо этого по двум категориям участия – активная социальная позиция и лучший работодатель – ООО «Статускво».

Таким образом, популяризируя опыт и расширяя информированность общества о развитии в Республике Беларусь практик КСО, организации-участники профессионального конкурса «Бренд года» вне зависимости от получения награды приобретают объективную и беспристрастную профессиональную оценку своей работы за год.

Еще одним независимым инструментом оценки корпоративной устойчивости, ответственности и открытости деятельности организации в Республике Беларусь является разработанный местным социальным фондом «Добра» индекс корпоративной устойчивости и ответственности – «Индекс Добра», методология которого «базируется на понимании корпоративной устойчивости и ответственности в контексте устойчивого развития – как ответственности организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду, включая экономические, экологические и социальные аспекты этого воздействия» [2].

Основной целью создания индекса Добра является необходимость продемонстрировать стремление организаций, осуществляющих хозяйственную и предпринимательскую деятельность в Республике Беларусь к повышению своей ответственности по четырем направлениям: трудовые практики и права человека (43,28 %), благополучие потребителей и участие в жизни сообщества (20,15 %), окружающая среда (18,66 %), добросовестные деловые практики (17,91 %), в общей структуре направлений.

Каждое из указанных направлений присутствует в большинстве инструментов оценки КСО, отчетности и устойчивого развития и достаточно полно отражает вовлеченность бизнеса в решение социальных и экологических проблем современного общества [2].

В соответствии с разработанной методологией общий показатель индекса Добра может находиться в диапазоне от 0 до 12 баллов, представляя собой сумму показателей по направлениям, в свою очередь находящихся в диапазоне от 0 до 3 баллов [2]. Присвоение итогового значения индекса Добра является неотъемлемым фактором корпоративной устойчивости организации.

По состоянию на 29.10.2022 о своих практиках корпоративной устойчивости и ответственности открыто заявили и прошли проверку 44 организации (рисунок 4), осуществляющие деятельность в Республике Беларусь, в том числе 17 из них представители крупного бизнеса, 12 организаций представлено в категории средний бизнес и 15 организаций – малый бизнес.

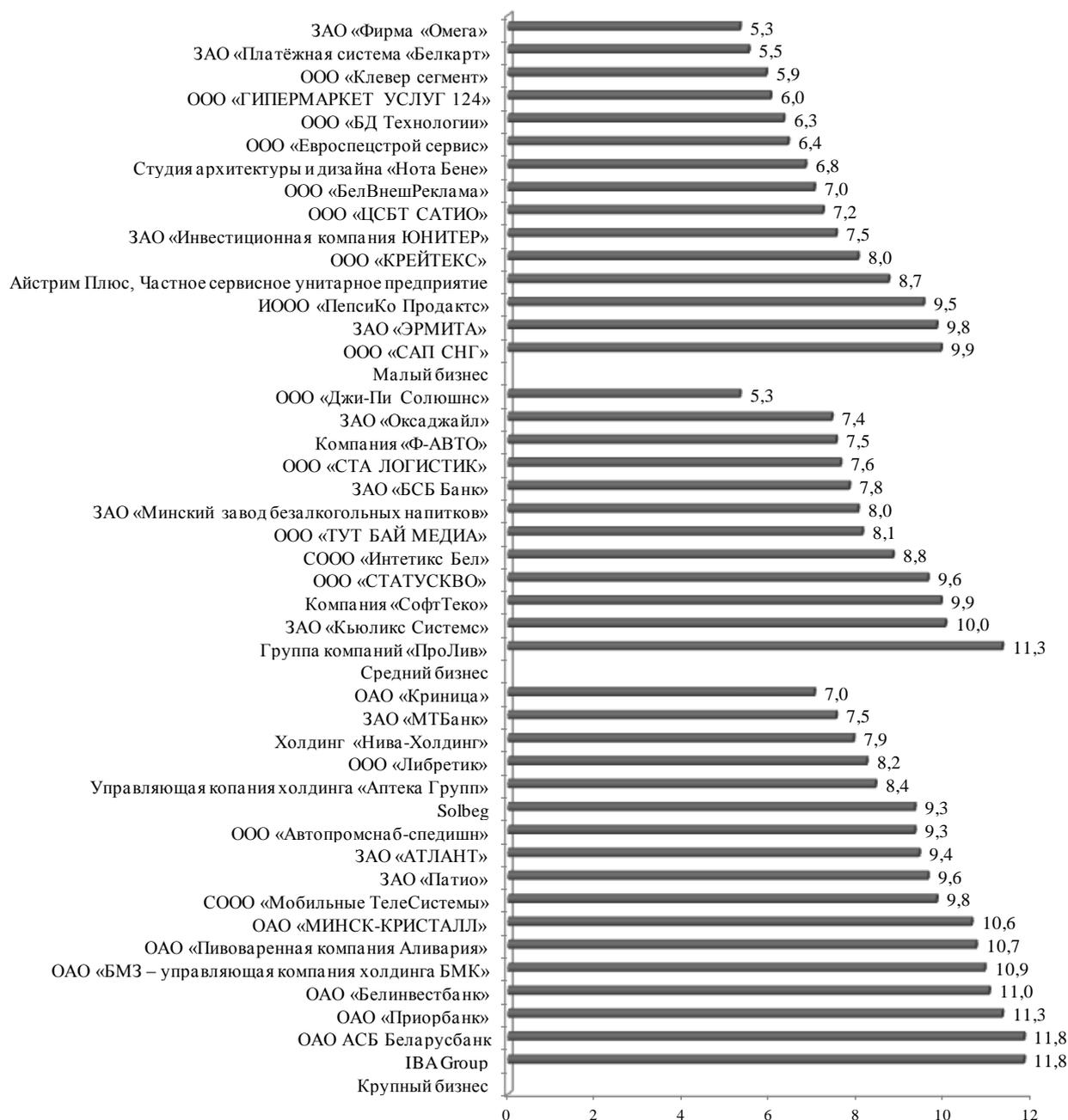
Несмотря на происходящие изменения во внешней и внутренней среде организаций Республики Беларусь, вовлеченность бизнеса в решение социальных и экологических проблем современного общества продолжает расти. Так, по сравнению с результатами ранее проведенного исследования (подобное исследование проводилось 21.06.2020 [3]), к ответственным организациям за воздействие их решений и деятельности на общество и окружающую среду, заявившим об этом, присоединились 7 организаций, из них 2 организации представители крупного бизнеса (ООО «Автопромснаб-спедишн», Solbeg Helmes Group), 3 организации – среднего бизнеса (ООО «СТАТУСКВО», СООО «Интетикс Бел», ООО «СТА ЛОГИСТИК»), 2 организации – малого бизнеса (ЗАО «Инвестиционная компания ЮНИТЕР», ЧСУП «Айстрим Плюс»).

Анализ уровня индекса Добра с 21.06.2020 по 29.10.2022 показывает его положительную динамику. Так в категории:

- крупный бизнес – 7 организаций или 41,18 % имеют выдающийся уровень индекса (ранее их было 7 (46,66 %)), 7 организаций (41,18 %) – продвинутый уровень (ранее – 4 (26,67 %)) и 3 организации (18,64 %) – активный уровень (ранее – 4 (26,67 %));

- средний бизнес – 2 организации или 16,67% имеет выдающийся уровень индекса (ранее их было 1 (11,11 %)), 5 организаций (41,67%) – продвинутый уровень (ранее – 3 (33,33 %)), 4 организации (33,33 %) – активный уровень (ранее – 4 (44,45 %)) и 1 организация (8,33 %) – базовый уровень (ранее – 1 (11,11 %));

- малый бизнес – 5 организаций или 33,33 % имеют продвинутый уровень индекса (ранее их было 4 (30,77 %)), 7 организаций (46,67 %) – активный уровень (ранее – 6 (46,15)) и 3 организации (20,0 %) – базовый уровень (ранее – 3 (23,08 %)).



**Рисунок 3 – Индекс Добра по категориям бизнеса, баллы (по состоянию на 29.10.2022)**

Также следует отметить и тот факт, что в соответствии с методологией, с момента первой публикации на сайте значения индекса Добра ежегодно подлежат пересмотру. Сравнивая показатели, в основном видна положительная динамика:

– крупный бизнес – ОАО АСБ Беларусбанк (с 11,6 до 11,8 балла), ОАО «Приорбанк» (с 11,2 до 11,3 балла), ОАО «Белинвестбанк» (с 10,0 до 11,0 балла), ОАО «БМЗ – Управляющая компания холдинга БМК» (с 10,8 до 10,9 балла), ОАО «Пивоваренная компания Аливария» (с 10,6 до 10,7 балла), ОАО «Минск-Кристалл» (с 9,0 до 10,6 балла), ООО «Либретик» (с 7,8 до 8,2 балла);

– средний бизнес – группа компаний «ПроЛив» (с 11,2 до 11,3 баллов), ЗАО «Кьюликс Системс» (с 9,5 до 10,0 баллов), ЗАО «Минский завод безалкогольных напитков» (с 7,4 до 8,0), ЗАО «БСБ Банк» (с 6,8 до 7,8);

– малый бизнес – ЗАО «ЭРМИТА» (с 9,3 до 9,8), ИООО «ПепсиКо Продактс» (с 9,1 до 9,5), ООО «ЦСБТ САТИО» (с 7,0 до 7,2).

Вместе с тем, у одной организации в категории крупный бизнес наблюдается отрицательная динамика значений индекса (СООО «Мобильные ТелеСистемы» (с 10,0 до 9,8 балла)). У остальных организаций значение индекса осталось на прежнем уровне.

На основании проведенного исследования видно, что практика определения индекса корпоративной устойчивости и ответственности достаточно полно отражает вовлеченность бизнеса в решение социальных и экологических проблем современного общества, позволяя проследить динамику ситуации в сфере корпоративной устойчивости, ответственности и открытости, определить лидеров, выявить точки роста, связанные с совершенствованием данной деятельности и качества отчетной информации.

Проведенный анализ инструментов оценки и самооценки социальной ответственности бизнеса позволяет сделать вывод о том, что организации, развивающие ценности корпоративной социальной ответственности, а так же вовлекающие бизнес в социальную ответственность и достижение целей устойчивого развития, популяризируют опыт в сфере корпоративной устойчивости, ответственности и открытости, выстраивая эффективную коммуникацию с потребителями, становясь одной из составляющих устойчивого и сбалансированного экономического роста.

### Литература

1. Бренд года. Профессиональный конкурс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bestbrand.by>. – Дата доступа: 24.10.2022.

2. Индекс Добра – инструмент оценки корпоративной устойчивости и ответственности бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://indexdobra.by>. – Дата доступа: 29.10.2022.

3. Климкович, Н. И. Развитие инструментов корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь / Н. И. Климкович // *Oikonomos: journal of social market economy*. – 2020. – № 1 (16). – С. 86–94.