

*Явтухович Т. И.,
студент экономического факультета*

*Будурян Т. А.,
старший преподаватель
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь*

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В статье рассматривается целесообразность корпоративной социальной ответственности в современном обществе. Акцент делается на преимущества и недостатки социально ответственного бизнеса. Внимание также уделено особенностям формирования КСО в Республике Беларусь.

***Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность (КСО), бизнес, население, государство.*

Актуальность темы исследования. На сегодняшний день вопрос о корпоративной социальной ответственности крупного бизнеса стоит очень остро в связи с обострением не только экологической обстановки в стране, но и с другими важными вопросами такими как: трудоустройства граждан, культурного развития общества, спорта и здорового образа жизни, подготовки кадрового потенциала страны и т.д. Эти вопросы на современном этапе жизни общества не могут решаться только за счет государства, поэтому крупный бизнес поставлен не только в жесткие условия конкуренции, но и должен нести ответственность за свою деятельность и решать поставленные перед ним социально-экономические задачи.

Анализ последних исследований и публикаций. Оценка эффективности социальной политики организации заключается не только в анализе социально направленных практик на предприятии. Важнейшим аспектом является поиск взаимосвязей между корпоративной социальной ответственностью компании и ее финансовыми достижениями. На протяжении многих лет исследователи ищут эти взаимосвязи. В настоящий момент и зарубежными, и отечественными теоретиками было опубликовано более 150 работ, посвященных зависимости КСО и финансовых результатов. На эту тему писали такие ученые, как Коваленко Н. В., Грейвс С. Б., Феррис С. П., Хэтфилд Ж. Д. и др.

Изложение основного материала. Бизнес является неотъемлемой составляющей любой социально экономической системы. Из-за сложившихся обстоятельств, когда власть потребителя на рынке неуклонно растет и это побуждает все более широкий круг компаний изменять стратегии своего рыночного поведения, особую актуальность приобретает социальная ответственность бизнеса (СОБ). Определений корпоративной социальной

ответственности бизнеса в международной практике существует очень много. С позиции Всемирного совета по устойчивому развитию корпоративная социальная ответственность это когда бизнес придерживается концепции устойчивого развития как в работе с персоналом, так и местным населением и обществом в целом. Делается это для того, чтобы улучшить качество их жизни [1].

Существует три основные уровни социально-ответственного бизнеса. Требования первого уровня заключаются лишь в добросовестном выполнении своих прямых обязательств перед обществом и государством в соответствии с установленными правилами: регулярно выплачивать заработную плату; соблюдать нормы трудового законодательства; своевременно и в полном объеме уплачивать все положенные налоги; обеспечивать установленные стандарты качества продукции.

Второй уровень связан с развитием партнерских внутрифирменных отношений и предполагает непосредственный учет интересов работников на основе переговорного процесса. Этот уровень гарантирует предоставление работникам некоторого набора льгот и социальных услуг, которые регламентируются законом.

Третий уровень — это, так называемая, этическая ответственность. Общество ожидает от предприятий соблюдения каких-либо правил, которые не прописаны в законодательстве, но они есть в нормах морали и этики. Компании стремятся иметь репутацию социально ответственных организаций: принимают активное участие в формировании высоких общественных стандартов, например таких, как качество образования, и тем самым вносят свой вклад в повышение уровня жизни в стране, или же в рамках КСО компании могут заниматься благотворительностью [2].

Встречаются разные мнения о роли социально-ответственного бизнеса. В ходе дискуссий на эту тему сформировались следующие аргументы в пользу СБО:

1. Ожидание более высокой прибыльности бизнеса в долгосрочной перспективе. Социальные действия предприятий улучшают жизнь местного сообщества, что в дальнейшем отражается в создании благоприятных условий для ведения самого бизнеса, формированию благоприятного имиджа предприятия. Естественно, люди охотнее пойдут работать в социально ответственную, нежели в социально безответственную компанию; купят ее товары, услуги или акции. Поставщики и деловые партнеры также будут более заинтересованы в сотрудничестве с фирмой, имеющей высокую деловую репутацию;

2. Позитивное отношение со стороны государственных органов. Компании, которые ведут себя как социально ответственные субъекты экономической деятельности, имеют не только меньше претензий со стороны органов социального регулирования, но и некоторые другие блага, например участие в выполнении госзаказов;

3. Наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем общества. Бизнес располагает значительными человеческими и финансовыми

ресурсами, которые в полной мере могут быть направлены на социальные нужды [3].

Имеются, однако, и аргументы против СОБ:

1. Нарушение принципа максимизации прибыли;
2. Повышение издержек производства. Процент социальной нагрузки в цене товара или услуги достаточно мал, и повышение издержек за счет этого факта сильно преувеличено;
3. Недостаточно эффективная система социальной отчетности.

Если говорить об особенностях формирования корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь, стоит отметить, что всего лишь около 30 % жителей Беларуси знакомо понятие КСО (СОБ), 70 % не имеют представления, что такое КСО. Можно сделать вывод: уровень информированности населения о КСО достаточно низкий. Существует необходимость расширения информации и популяризации принципов КСО.

2006 год для Республики Беларусь стал важным годом в области развития корпоративной социальной ответственности, именно в этом году Беларусь вступила в Международную сеть ООН и присоединилась к Глобальному договору. Глобальный договор — добровольная открытая сеть, в которой участвуют агентства ООН, компании, бизнес-ассоциации, неправительственные организации и профсоюзы [1].

По результатам анализа данных 2020 года социологического исследования крупного белорусского бизнеса, проведенного фондом «Идея», можно отметить, что из всех компаний, которые приняли участие в опросе, больше половины (51 %) участвуют в тех или иных видах корпоративной социальной ответственности. Реализация проектов в сфере КСО чаще была зафиксирована в следующих сферах: помощь детям и детским учреждениям (73,8 %), поддержка развития спорта (42,6 %), поддержка учреждений и институтов образования (36,1 %).

По мнению компаний, которые имеют опыт в реализации подобных проектов, высокую эффективность получили позиции:

- повышение имиджа компании, лояльности потребителей и бизнес-партнеров;
- укрепление корпоративного и морального духа сотрудников и руководства компании;
- выделение на фоне компаний-конкурентов;
- получение выгоды компанией (увеличение прибыли, приток квалифицированных кадров).

Основными причинами неучастия компаний в проектах КСО респонденты обозначили следующие: недостаток финансовых и человеческих ресурсов (67,2 % от количества компаний, не реализующих КСО), низкая осведомленность о проектах КСО (60,3 %), а также недостаток знаний и практического опыта в сфере КСО (39,7 %) [1].

К наиболее знаковым проектам в сфере социальной ответственности в Беларуси стоит отнести «Джазовые субботы с Банком БелВЭБ», «Классика у ратуши» и «Чытаем па-беларуску» при поддержке компании Велком, уличные

выставки «Художник и город» при поддержке банка ВТБ. Белорусские компании вносят большой вклад в поддержку культурных, образовательных, социальных проектов в Республике Беларусь.

Вывод. Каждая компания самостоятельно выбирает, по какому пути развития идти, чтобы овладеть рынком, но в современном обществе роль корпоративной социальной ответственности все более возрастает. КСО за чуть больше чем век прошло путь от идеи до неотъемлемой составляющей стратегии развития крупных корпораций. Принятие компанией на себя принципов социальной ответственности свидетельствует о стремлении ее к открытости, об уважении человеческих и моральных ценностях.

Список использованной литературы

1. Истомина Л. и др. Глобальный договор и социально ответственный бизнес Беларуси. Минск, – 2007.
2. Перегудов С.П. Корпоративное гражданство как новая форма отношений бизнеса, общества и власти. – М., 2006.
3. Литовченко С.Е., Корсакова М.И. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. – М., – 2003.