

И.М. Лазарчук

Брестский государственный технический университет, Брест, Беларусь

I.M. Lazarchuk

Brest state technical University, Brest, Belarus

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

Аннотация. В статье рассматривается хронология развития концепции «социальной ответственности», так же характеризуются предпосылки социально ответственной деятельности организаций.

Ключевые слова: социальная ответственность, принципы ведения бизнеса, деятельность организаций.

Annotation. The article discusses the chronology of the development of the concept of "social responsibility", as well as the prerequisites for socially responsible activities of organizations.

Keywords: social responsibility, business principles, organizations' activities.

Организации стремятся в XXI в. оправдать общественные ожидания в отношении своей деятельности и производимой продукции (товаров, работ, услуг), формируя при этом благоприятный социальный климат в целом, включая новый уровень жизни населения. Эти процессы получили название социальной ответственности бизнеса, которая в настоящее время является одной из фундаментальных ценностей общества, политики и экономики, одним из направлений развития современных предприятий. Социальная ответственность бизнеса является адекватным требованием субъектов рыночной среды, полностью соответствует мировым тенденциям.

В настоящее время принято выделять три этапа в развитии концепции «социальной ответственности» [3]:

Первый этап (1960-е - середина 1970-х гг.): «расцвет» благотворительности и традиционной филантропии. Однако в данный период социальная и деловая активность организаций были четко разграничены, а различного вида благотворительность осуществлялась, как правило, на основе личных симпатий руководителей хозяйствующих субъектов.

Второй этап (середина 1970-х - начало 1980-х гг.): появление и развитие «стратегической филантропии», когда организации начали согласовывать свои перспективные цели с решением социальных проблем общества.

Третий этап (конец 1980-х гг. - настоящее время): появление практики «социальных инвестиций», когда усилия коммерческих и некоммерческих организаций стали объединяться с усилиями органов государственной власти в целях решения определенных социальных проблем, включая создание государственно-частного партнерства.

Идеи социальной ответственности бизнеса имеют как своих сторонников, так и противников. Так, главными аргументами сторонников этой концепции являются:

– создание долгосрочных благоприятных перспектив в результате социально ответственного поведения бизнеса;

– появление большего доверия бизнесу со стороны населения в результате использования ресурсов организации для оказания помощи государству в решении социальных проблем;

– усиление морального обязательства организаций перед собственным персоналом и окружающим сообществом вести себя социально ответственно;

– накопление бизнесом большего опыта и компетенций в создании высоко конкурентной экономики в области сбалансированного решения многих социальных проблем.

Основополагающими факторами развития социально ответственной деятельности организаций являются состояние и структура экономики в целом, а также национальные, культурные и политические традиции стран. Указанные различия приводят к появлению

различных социальных программ, на осуществление которых крупные организации выделяют существенные ресурсы как в рамках текущей, так и инвестиционной деятельности.

Для создания благоприятных условий, позволяющих хозяйствующим субъектам в полной мере реализовывать принципы социально ответственного поведения, требуется дальнейшее совершенствование институциональных основ государства, развитие законодательной базы и повышение уровня корпоративной культуры организаций.

Существуют принципы ведения бизнеса, разработанные «Круглым столом в Ко» [2], на основе которых могут быть сформированы задачи социально ответственной деятельности любой организации:

- ведение текущей и инвестиционной деятельности в рамках, одновременно учитывающих общественные и собственные интересы;
- позитивное отношение к возникающим социальным приоритетам и ожиданиям заинтересованных сторон;
- готовность принять превентивные меры для исключения конфронтации с требованиями нормативных актов;
- балансирование между интересами владельцев организации и общества в целом;
- сохранение статуса добропорядочного гражданина своего общества в лице конкретного юридического лица.

Корпоративная социальная ответственность – это ответственность перед:

- инвесторами, акционерами и кредиторами – за их собственность;
- потребителями и клиентами – за качество товаров и услуг;
- работниками – за рабочие места, занятость, охрану труда;
- населением – за охрану и восстановление окружающей среды;
- государством – за соблюдение законов и своевременную уплату налогов.

Изначально модель корпоративной социальной ответственности представлялась объединением предпринимателей Великобритании «The London Benchmarking Group» в виде пирамиды, в основании которой находятся проблемы, связанные с оптимизацией качества самого бизнеса и образующих его бизнес-процессов[4]. Далее идет смягчение негативных последствий бизнеса на окружающую природную и социальную среду, а также партнерские программы, способствующие развитию социальной инфраструктуры бизнеса. И, наконец, – филантропия.

Современное представление о социально ответственной деятельности организации, как одного из факторов повышения ее конкурентоспособности, предполагает более детальную структуризацию направлений социально ответственной политики хозяйствующего субъекта, отражающую его стремление создавать, в первую очередь, стабильную основу для развития своего бизнеса в виде добросовестного взаимодействия с партнерами, производить конкурентоспособную продукцию, отвечающую высоким мировым стандартам качества, и гарантировать обществу экологическую безопасность.

Социальная ответственность бизнеса направлена на повышение уровня удовлетворенности и социальных потребностей не только персонала предприятия и потребителей, но и всех субъектов, с которыми сталкивается в процессе своего функционирования предприятие, способствует повышению эффективности деятельности организаций. На рис. 1 представлена иерархическая структура уровней социально ответственной деятельности организаций.

Расширение модели социально ответственной деятельности хозяйствующего субъекта, отвечая требованиям рациональности, соответствия миссии организации, ее интересам, а также достижению бизнес-целей, способствует повышению конкурентоспособного бизнеса. При этом необходимо обеспечивать прозрачность социально ответственной деятельности для заинтересованных сторон (от государства до собственников), обязательный учет их интересов, а также комплексность решаемых социальных проблем и нацеленность их на долгосрочный эффект.

Социальная ответственность предприятия проявляется на разных уровнях и охватывает различные сферы деятельности.



Рисунок 1 – Иерархическая структура уровней социально ответственной деятельности организаций

Во-первых, корпоративная социальная ответственность включает деловую практику относительно собственного персонала. Ответственность предприятия перед персоналом включает все, что касается повышения уровня качества трудовой жизни работников предприятия или организации.

Во-вторых, корпоративная социальная ответственность также предусматривает внедрение и распространение честных деловых отношений на рынке.

В-третьих, корпоративная ответственность предусматривает развитии позитивных отношений предприятия с обществом.

Корпоративная социальная ответственность связывается не только с внутрихозяйственной деятельностью компании, но и распространяется на ее отношения с внешним окружением.

К объектам, на которые распространяется корпоративная социальная ответственность бизнеса, можно отнести:

- работников компании;
- потребителей продукции и услуг;
- конкурентов;
- инвесторов;
- жителей местности, где функционирует организация;
- граждан, которые требуют особого внимания со стороны общества - дети, инвалиды, сироты, беременные женщины, пенсионеры, студенты и т.д.;
- социальную инфраструктуру – жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, учреждения образования, здравоохранения, науки, культуры, спорта, экологические сооружения и т.п.;
- органы власти;
- окружающую среду.

Основные характеристики социально ответственной деятельности организаций следующие [1]:

- вид развиваемых социальных ресурсов (внутренние или внешние социальные ресурсы);
- доходы и расходы (текущего и капитального характера) в бухгалтерском учете (по направлениям социально ответственной деятельности);
- материальные последствия от социально ответственной деятельности (например, привлечение дополнительного капитала; развитие объектов социальной инфраструктуры; реструктуризация налогов; получение налоговых льгот; использование регрессионной ставки

по социальным отчислениям; повышение производительности труда; минимизация выбросов вредных веществ; утилизация отходов; увеличение объемов продаж);

- нематериальные последствия от социально ответственной деятельности (например, улучшение имиджа бизнеса; повышение лояльности персонала, бизнес-партнеров и общества; развитие бренда);

- основные заинтересованные стороны (собственники, персонал, бизнес-партнеры, государство и окружающее сообщество).

От социально ответственной деятельности организации могут получать определенные виды доходов, под которые могут быть сформированы соответствующие расходы организации, связанные с социально ответственной деятельностью [3].

Очевиден тот факт, что зависимость между развитием корпоративной культуры организации и ее социально ответственной деятельностью (осуществлением социально ответственных расходов) индивидуальна для каждого экономического субъекта в связи со спецификой его бизнеса, разнообразием множества влияющих факторов, а также внутренних и внешних условий хозяйствования.

Социальная ответственность предприятия – это добровольный вклад предприятия в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью организации и выходящий за рамки определенного законом минимума.

Литература

1. Чудинов, О.О. Корпоративная социальная ответственность / О.О. Чудинов. – М., – 2018
2. Анкудинов, А.Б. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного / А.Б. Анкудинов. – 2018. – № 1. – С. 109-114.
3. Афанасьев, Д.В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса / Д.В. Афанасьев. – 2017. – № 1. – С. 57-60.
4. Беляев, Ю.К. Социально ответственная деятельность: проблемы управления / Ю.К. Беляев. – 2017. – № 5. – С. 37-41.

Н.Н. Леонович

Академия управления при Президенте Республики Беларусь
г. Минск, Республика Беларусь

N.N. Leonovich

Academy of Management under the President of the Republic of Belarus
Minsk, Republic of Belarus

РЕСУРСОЭФФЕКТИВНОЕ ЦИКЛИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАК ФАКТОР СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА: ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ ОТХОДОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БРЕСТА

RESOURCE EFFICIENT CYCLIC PRODUCTION AS A FACTOR IN STIMULATING ECONOMIC GROWTH: FORECAST ESTIMATES OF WASTE CONSUMPTION BY THE EXAMPLE OF THE CITY OF BREST

В данной статье анализируется текущая ситуация в стране по обращению с отходами в законодательном аспекте, а также динамика образования отходов производства и потребления за последние 8 лет. Выполнена прогнозная оценка количественных показателей образования отходов в среднесрочной перспективе на примере города Бреста.

This article analyzes the current situation in the country in terms of waste management in the legislative aspect, as well as the dynamics of waste generation and consumption over 8 years. A predictive assessment of the number of indicators of formation in the average of quantitative indicators of waste generation in the average of quantitative.