

конкурентной среды, росту производства потребительских товаров, расширению сферы услуг, приданию экономике дополнительной стабильности.

Наиболее актуальными задачами развития малого предпринимательства на ближайшую перспективу являются:

- применение заявительного порядка регистрации малых и средних предприятий;
- сокращение числа лицензируемых видов деятельности;
- гарантия упрощенного льготного налогообложения для малых и средних предприятий, работающих в приоритетных направлениях, а также специализированных организаций, оказывающих кредитные, консультационные, научно-технические и информационные услуги предпринимателям и их соблюдение;
- гарантия сохранения уровня налогообложения действовавшего на момент регистрации предприятия в течение установленного законодательством периода в случае ухудшения условий налогообложения и закрепление перечисленных гарантий в налоговом кодексе;
- расширение сети финансовых институтов, осуществляющих кредитование малых и средних предприятий на льготных условиях, таких как пониженный процент, более продолжительный срок кредитования, мягкие требования к залоговому обеспечению, бесплатное консультирование;
- активизация государственной поддержки субъектов малого предпринимательства, увеличение объемов финансирования на эти услуги;

- создание системы гарантирования и страхования инвестиционных рисков малых и средних предприятий, особенно по долгосрочным инвестициям.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь: директива Президента Республики Беларусь от 31.12.2010г. №4.
2. Программа государственной поддержки малого предпринимательства (утверждена Указом Президента № 255 от 21 мая 2009 года).
3. Об утверждении положения о порядке конкурсного отбора и реализации инновационных проектов, финансируемых из республиканского бюджета, научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ и работ по организации и освоению производства научно-технической продукции, финансируемых за счет средств инновационных фондов (в ред. постановлений Совмина от 09.06.2007 N 771, от 14.06.2008 N 865, от 12.03.2009 N 305): постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 октября 2006 г. N 1329.
4. О некоторых мерах по стимулированию инновационной деятельности в Республике Беларусь: указ Президента Республики Беларусь от 9 марта 2009 г. N 123.
5. Годунова, О. Малое предпринимательство в Беларуси. Малый и средний бизнес в Беларуси / О. Годунова, И. Королева – Минск: Международная финансовая корпорация, 2002.
6. Экономическая газета – 2012 – № 20 – С. 23.

Материал поступил в редакцию 21.04.12

#### KATSER A.A. Problems and Prospects of Small and Medium Business

To consolidate and further development of the positive growth trends of the Belarusian small business, a radical expansion of the field of his activity activation is required state support at all levels.

УДК 351.712.2.033.5

Довыденко Н.А., Тубич А.Г.

## РОЛЬ И МЕСТО СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМИ БЕЛОРУССКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

**Введение.** В последнее время в Республике Беларусь постепенно повышается интерес к социальной ответственности бизнеса. Корпоративная социальная ответственность (КСО), либо социальная ответственность бизнеса (СОБ) – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в экономической, социальной и экологической сферах [1]. На сегодняшний день можно утверждать об упрочении белорусской экономики и становлении цивилизованных взаимоотношений между государством, бизнесом и обществом. Постепенно в Республике Беларусь меняются приоритеты. Чтобы считаться настоящей современной организацией, недостаточно постоянно отчислять налоги и платить заработную плату, наращивать прибыль. Организации, которые стремятся занять лидирующее положение в белорусском обществе, приходят к пониманию того, что намерения о социальной ответственности становятся важной управленческой категорией, обеспечивающей рыночную привлекательность и высокую деловую репутацию. Социальная ответственность бизнеса – это также и ответственность за моральный климат, за нравственность общества, за формирующуюся социальную среду [3]. Поэтому белорусские компании как социально ответственные субъекты, осознавая свою общественную роль, должны оказывать максимально положительное воздействие на общество, не теряя при этом собственную экономическую эффективность.

**На сегодняшний день белорусские компании понимают, что социальная политика является ключом к их будущему процветанию.** Однако понимание социальной ответственности белорусскими

предприятиями отличается от понимания её западными, да и мировыми коллегами. Суть в разном понимании социальной ответственности бизнеса состоит в том, что на Западе корпоративную социальную ответственность не воспринимают как только благотворительную деятельность. Социальная ответственность бизнеса в мировой практике является одним из инструментов, который позволяет повышать деловую репутацию организации, устанавливать сбалансированные и эффективные отношения с акционерами, потребителями, партнёрами, государством, местными сообществами [1]. Белорусские же предприятия воспринимают свою социальную ответственность как должное либо в социальной политике преследуют только коммерческие цели (минимум на праздник компании своим рабочим, детским учреждениям, ветеранам, инвалидам делают какие-то благотворительные подарки, руководствуясь при этом принципом «кто больше нуждается в участии» или «кто попросит первым»).

Можно обозначить несколько препятствий развития социальной ответственности в Республике Беларусь:

- 1) незначительная информированность компаний и общества о сути и роли социальной ответственности бизнеса. Корпоративная социальная ответственность воспринимается только в группе бизнеса;
- 2) стремление к скорейшему увеличению прибыли и доходов заставляет управляющих отказываться от передачи части своих ресурсов на программы, обусловленные социальной ответственностью;
- 3) Правительство Республики Беларусь больше ориентируется на социальную ответственность государства и ответственность граждан, чем бизнеса. И здесь отдаётся предпочтение лишь некоторым

Довыденко Н.А., ассистент Брестского государственного технического университета.

Тубич А.Г., ассистент Брестского государственного технического университета.

Беларусь, БрГТУ, 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.

Экономика

направлениям социальной ответственности: спорт и культура;

4) нежелание бизнесменов привлекать внимание к собственным доходам. Трата значительных денежных средств на благотворительность автоматически ведёт к проявлению интереса со стороны налоговых и контролирующих органов.

Одной из наиболее острых проблем развития корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь является недостаточная информированность широкого круга заинтересованных лиц о реализуемых проектах. Наибольшую открытость белорусские организации проявляют в раскрытии информации о реализуемых социальных программах внутренней направленности. Так, можно отметить наиболее часто реализуемые направления социальной активности в Республике Беларусь:

- 1) мотивация работников и системы оплаты труда;
- 2) повышение квалификации и профессионального уровня работников;
- 3) улучшение условий труда на рабочем месте;
- 4) охрана здоровья работников;
- 5) программа добровольного медицинского страхования;
- 6) жилищные программы;
- 7) программы содействия молодым работникам.

Вместе с тем многие белорусские организации имеют опыт реализации внешних социальных программ через:

- 1) создание рабочих мест;
- 2) развитие малого бизнеса;
- 3) стимулирование научных направлений и разработок;
- 4) развитие системы образования;
- 5) проведение городских праздников;
- 6) благоустройство города;
- 7) оздоровление населения;
- 8) участие в содержании социальной инфраструктуры;
- 9) ремонт и строительство муниципальных учреждений;
- 10) благотворительные программы, которые направлены на решение конкретных социальных проблем.

Необходимо отметить, что общественные ожидания в отношении социальной ответственности белорусского бизнеса не в полной мере соответствуют желаемым результатам. Общественное мнение, формируясь в основном под воздействием СМИ, не всегда совпадает с видением компании наиболее приоритетных направлений в реализации социальных программ. Поэтому необходимо налаживать тесную взаимосвязь со всеми заинтересованными сторонами.

Внедрение корпоративной социальной ответственности в повседневную деятельность становится нормой для всё большего числа белорусских компаний. При этом важно отметить, что наиболее эффективное применение социальной ответственности будет только в том случае, если она является одним из значимых инструментов управления, направленным на долгосрочное развитие компанией, а не носит однократный характер [2].

Таким образом, корпоративная социальная ответственность становится тем управленческим механизмом, который позволяет белорусским организациям устойчиво развиваться, создавая тем самым необходимые предпосылки для устойчивого развития страны в целом [4].

Тот факт, что многие представители белорусского бизнес-сообщества всерьёз заинтересовались данным вопросом, говорит о том, что предприниматели действительно осознают всю необходи-

мость и полноту ответственности перед обществом и то, что их деятельность напрямую оказывает воздействие на формирование имиджа нашей страны за рубежом, на развитие Республики Беларусь.

Выделив основные тенденции развития корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь, целесообразно обозначить некоторые рекомендации, которые позволят белорусским организациям получить эффективную отдачу от реализуемых мероприятий в области социальной ответственности в форме улучшения своей репутации и роста капитализации.

Во-первых, белорусским компаниям необходимо перейти от чисто благотворительной деятельности к продуманным социальным инвестициям, которые направлены на решение наиболее острых социальных проблем.

Во-вторых, КСО должна быть целенаправленной и соответствовать основному направлению деятельности компании. Это позволит белорусским организациям осуществлять свою деятельность более корректно и эффективно.

В-третьих, необходимо тесное взаимодействие всех заинтересованных сторон. Только благодаря совместным усилиям в Республике Беларусь станет возможным эффективное развитие социальной ответственности организаций.

**Заключение.** Социальная ответственность как управленческий механизм эффективного развития белорусских организаций – это деятельность, которая отражает добровольное решение организаций брать на себя обязательства по реализации внешних и внутренних социальных программ, результаты которых содействуют развитию организации, улучшению её имиджа и репутации, как социально ответственного субъекта, повышают её устойчивость в долгосрочной перспективе, а также развитию общества в экономической, социальной и экологической сферах.

На сегодняшний день белорусские предприниматели осознают свою ответственность перед обществом. Вместе с тем, необходимы дальнейшие шаги по эффективному развитию социальной ответственности в Республике Беларусь. Следует способствовать повсеместному закреплению и распространению практики социальной ответственности бизнеса в общественном сознании. Важно в сознании некоторых представителей белорусского бизнес-сообщества преодолеть такую позицию по отношению к корпоративной социальной ответственности, в основе которой лежат исключительно меркантильные интересы. Кроме того, в Республике Беларусь важно не только освещать и продвигать социальные проекты, но и разработать систему мер по их поощрению.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кричевский, Н.А. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – Изд.: Дашков и Ко, 2010. – 216 с.
2. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнёрство и коммуникации). – С.-П.: Изд. Справочники Петербурга, 2006. – 104 с.
3. Туркин, Н.В. Как выгодно быть добрым: сделай свой бизнес социально ответственным. – М.: Изд. Альпина Бизнес Букс, 2011. – 381 с.
4. Материалы сайта «Социальная ответственность бизнеса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.soc-garant.by>.

*Материал поступил в редакцию 20.05.12*

#### DAWYDZENKA N., TYBICH A. Role and place of social responsibility in management of modern Belarusian organizations

Social responsibility as an administrative mechanism of effective development of Belarusian organizations is an activity reflecting a free will decision of organizations undertaking delegations according to realization of internal and external social programmers. Their results make the development of company better. They raise its stability in a long-term perspective improving its reputation and image as a social responsible subject and also make the development of society in economic, social and ecological spheres. Nowadays Belarusian businessmen realize their responsibility to the society. At the same time we need further steps according to effective development of social responsibility in Belarus. It should be better to promote spreading and fastening practice of business social responsibility in public consciousness everywhere. It is important to overcome such a position in consciousness of some representatives of business association according the attitude to the social responsibility of business based exceptionally on mercantile interests. Besides it is important in Belarus not only to move and to deal with social projects but also to devise a step system by their encouragement.