

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

К. А. Ковалева

Социальная ответственность бизнеса – добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, выступает концепцией, которая отражает добровольное решение компании участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды.

В истории формирования корпоративной социальной ответственности в Беларуси 2006 год стал знаковым годом, так как именно в этом году Беларусь присоединилась к международной инициативе ООН – Глобальный договор. С этого года белорусские компании, подписавшие Глобальный договор, начали представлять отчеты о достигнутом прогрессе своей деятельности [1]. Количество участников международной инициативы ООН – Глобальный договор в Беларуси в разрезе нескольких лет представлено на рисунке 1.

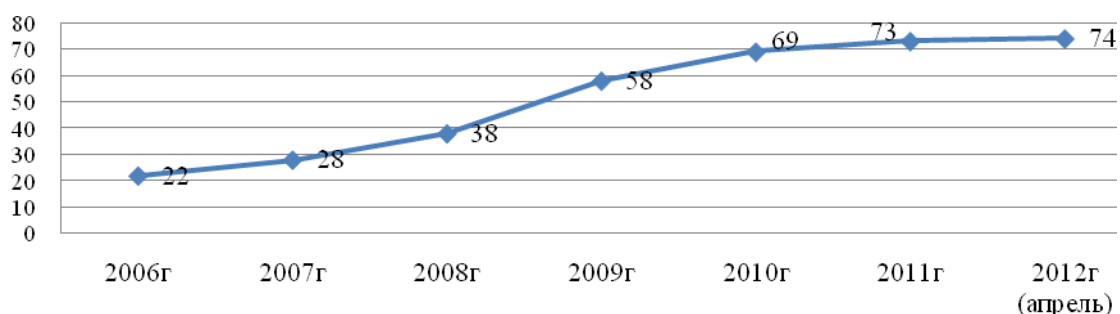


Рис. 1. Участники инициативы Глобальный договор в Беларуси

В работе был проведен анализ деятельности 50 белорусских предприятий. Отраслевой анализ деятельности социально ответственных компаний показал, что признанными лидерами в реализации практик корпоративной социальной ответственности являются предприятия, представляющие непосредственно ориентированную на потребителей отрасль – пищевую 30%, затем идет банковская деятельность – 14%, мобильные операторы – 4%, табачные компании – 4%. Анализ направлений социальных программ, которые были осуществлены компаниями за 2011 год и отражены в их социальных отчетах, представлен на рисунке 2.

Социальное предпринимательство является новым и достаточно уникальным явлением для нашей страны, у нас о нем заговорили совсем недавно [2]. Однако уже есть ряд белорусских предприятий, чью деятельность можно охарактеризовать как социальное предпринимательство: ПЧУП «Цветлит» ОО «Белорусское общество глухих» (Гродно), УП «Спецсистемаавтоматика» (Минск), бизнес-инкубатор ЗАО «МАПЗАО» (Минск), ЧУП «Светоприбор» ОО «Белорусское товарищество инвалидов по зрению» (Минск).



Рис. 2. Направление социальных программ социально-ответственных компаний, 2011 г.

Примечание: Собственная разработка.

Несмотря на то, что пока в белорусском законодательстве отсутствует понятие «социальное предприятие», у нас есть предприятия, которые строят бизнес с социальной миссией, т.е. вовлечены в социальное предпринимательство. В первую очередь, это представители некоммерческих и благотворительных организаций, на базе которых и открываются такие социальные предприятия. Здесь самой популярной формой социального предпринимательства выступает занятость людей с ограниченными возможностями, социально-трудовая реабилитация инвалидов [3]. Ориентируясь на предприятия, которые имеют непосредственное отношение к данному вопросу и, анализируя пути их развития, можно выделить следующие виды социальных предприятий, представленные на рисунке 3.

В процессе формирования корпоративной социальной ответственности в Беларуси были выявлены факторы, которые не позволяют полити-

Специализированные предприятия: УП «Спецсистемаавтоматика»	Малый бизнес, новый бизнес: Бизнес-инкубатор ЗАО «МАПЗАО»
Некоммерческие и благотворительные организации: ПЧУП «Цветлит» ОО «Белорусское общество глухих», ЧУП «Светоприбор» ОО «Белорусское товарищество инвалидов по зрению», ЧПТУП "АртИдея", ЧПТУП "Бараньские Арабески", ЧПТУП "Моя перспектива", ЧПТУП "Дорога в жизнь"	

Рис.1. Виды социальных предприятий в Беларуси
Примечание. Собственная разработка.

ке социальной ответственности получить широкое распространение. В первую очередь, это отсутствие стимулирования со стороны государства, которое должно выражаться в разработке законодательства, в подготовке соответствующих методических материалов. В нашем законодательстве отсутствуют такие понятия как «корпоративная социальная ответственность», «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» и «социальный предприниматель».

В процессе изучения сущности и особенностей формирования корпоративной социальной ответственности в Республике Беларусь были получены следующие результаты:

- Термин корпоративной социальной ответственности знаком малому кругу белорусских жителей, лишь четверть жителей страны (26,2%) знакомы с понятием корпоративной социальной ответственности и 73,8% жителей не знают, что это такое. Данный уровень информированности населения негативно сказывается на осознании обществом необходимости реализации практик корпоративной социальной ответственности, что зачастую является сдерживающим механизмом и для самих предприятий.

- Однако, учитывая рост числа компаний, вступивших в национальную сеть Глобального договора ООН (с 2006 по апрель 2012 гг.) количество участников возросло от 22 до 74) это говорит о признании белорусским бизнес-сообществом необходимости и явного пути внедрения корпоративной социальной ответственности в стратегию развития своих предприятий [4].

- Особенностью реализации практик социальной ответственности белорусскими компаниями является их приверженность активной социальной позиции (33% всех реализуемых практик в области

корпоративной социальной ответственности направлены на развитие культуры, образования и поддержку спорта, социальных групп).

- Имеется ряд трудностей, которые препятствуют распространению политики корпоративной социальной ответственности в стране: нет поддержки этого процесса на государственном и законодательном уровне [5].

- Актуальной тенденцией в развитии корпоративной социальной ответственности в Беларуси стало появление социальных предприятий, большая часть которых открыта на базе некоммерческих и благотворительных организаций.

Литература

1. Интернет-адрес: <http://un.by/ru/undp>.
2. *Зверева Н.И.* Социальное предпринимательство: Учебное пособие. М: Фонд региональных социальных программ «Наше Будущее», 2010.
3. Бог дал мне руки. Если бы люди дали мне работу – я бы столько смог сделать! / ред. кол.: *Х. Вальхютер и [др.]*, под общ. ред. *Е. Г. Титовой*. Мн., 2011.
4. *Литовченко С. Е., Корсакова М. И.* Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. М., 2003.
5. Интернет-адрес: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=hk0900071>.

MEN VS. WOMEN IN BUSINESS

J. Kurganovich

We know that women in business are different from men in business, but how different they are and if being different is really a bad thing.

When brute strength mattered more than brains, men had an inherent advantage. Now that brainpower has triumphed, the two sexes are more evenly matched. The rich world has seen a growing demand for women's labor. Around the world, women are remaking companies, society, and themselves. More and more women are working than ever before. Female politicians such as Margaret Thatcher and Mrs. Clinton have taught younger women that anything is possible.

However, let's be honest: the culture of any management team, even if there are women in it, is still a male culture.

Unfortunately, women have grown and barely been recognized as a symbol of businesses just a few decades ago, before that they were treated in a demeaning way. Today there are some groups and persons that stupidly keep the same macho idea: "Only men are a symbol of success". Actually, attitudes toward women as leaders are still the same – few women hold executive positions.