

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ
МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

Васильева Е.А., студент

Тихоновская Ю.О., ассистент кафедры маркетинга и международного менеджмента,
j.o.tichonovskaja@gmail.com

Полесский государственный университет

Аннотация. Концепция всеобщего благосостояния все больше связывается с глобальными концепциями безопасного развития человечества, сохранения окружающей среды, социальной защиты рабочих, экологизация производства, выполнение которых является одним из приоритетных направлений деятельности мирового сообщества на разных экономико-политических уровнях

Ключевые слова: социальная ответственность, модернизация, малое и среднее предпринимательство, предпринимательские структуры.

Среди основных тенденций развития современного общества одно из главных мест занимают те, которые связаны с переходом ряда функций, традиционно реализуемых социальным государством, к крупному бизнесу. С одной стороны, общество в экономически развитых странах стало предъявлять более высокие требования к социальной ответственности корпораций. С другой стороны, и сами представители бизнеса пришли к необходимости признания и выполнения этих требований.

Социальная ответственность бизнеса – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельно-

стью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Однако данное определение скорее идеальное и не может быть полностью претворено в действительность хотя бы потому, что просчитать все последствия одного решения просто невозможно. Очевидно, что социальная ответственность – не правило, а этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения [1].

При этом следует подчеркнуть, что социальную ответственность следует рассматривать как реакцию делового мира на те коренные изменения, которые сегодня наблюдаются в мировом рыночном хозяйстве, где происходит определенная интеграция «экономического» и «социального», где человеческий капитал начинает играть решающую роль в экономической деятельности, а социальные функции предпринимательства все в большей степени обуславливают его экономическую функцию [2].

Проблема нынешней социальной ситуации, в значительной мере обострившаяся в период кризиса, состоит в том, что работающая, активная часть населения порой не в состоянии обеспечить себе необходимые условия жизни. Такое состояние дел нельзя признать нормальным, и оно, безусловно, должно быть исправлено, поскольку качественное развитие социальной среды становится условием развития страны [3].

Обострение глобальной конкуренции, а также обусловленные этим неопределенности, рост соперничества на рынке и необходимость сокращения издержек потребовали и от работодателей, и от работников большей гибкости и в трудовых отношениях, и в социальных обязательствах. Несмотря на то, что для работодателей, даже в богатых европейских странах, налоги и прочие косвенные издержки, связанные со стандартными рабочими местами, оказывались чрезмерными, но сокращение доли собственно заработной платы в совокупных издержках на труд, подрывало конкурентоспособность корпораций на глобализующемся рынке [4]. Поэтому эти издержки принимались как обоснованные.

Другими словами, существование и благополучие бизнеса и, как следствие, укрепление материально-технической базы государства, его экономический рост невозможны без рационального разрешения социальных задач.

Кроме того, актуализация и приоритетность проблем социальной ответственности бизнеса обусловлены рядом обстоятельств, главное из которых заключается в повышении значимости нематериальных активов экономического роста, связанных с развитием человеческого потенциала. Наиболее существенными из них являются способность к инновациям и восприятию новейших технологических достижений, в основе которой лежат человеческий, интеллектуальный, социальный капиталы, т. е. качество рабочей силы и мотивации работников. Именно это обстоятельство задает экономические императивы социализации бизнеса [5].

За 2020 год количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Беларуси выросло на 3,6%. На 1 января 2021 г. в Беларуси хозяйственную деятельность осуществляли 269,5 тыс. индивидуальных предпринимателей и 111,4 тыс. организаций малого и среднего предпринимательства, в т.ч. 96,6 тыс. микроорганизаций (87% от общего количества организаций МСП), 12,6 тыс. малых компаний (11%) и 2,2 тыс. (2%) – средних [5].

Если в целом субъектов малых и средних предприятий за год стало больше на 3,6%, то по категориям их количество изменилось следующим образом:

- ИП – плюс 12,3 тыс. (4,9%);
- микроорганизации – минус 189 (0,2%);
- малые организации – плюс 847 (7,2%);
- средние организации – минус 35 (1,6%) [5].

Количество индивидуальных предпринимателей растет четвертый год подряд, а микроорганизаций – снижается на протяжении трех лет. Это может свидетельствовать о пусть и не очень активном, но продолжающемся перетоке микробизнеса из организационных форм юридических лиц в стан индивидуальных предпринимателей.

Рост количества малых организаций после его сокращения фиксируется с 2019 г., количество же средних организаций на протяжении последних пяти лет практически неизменно.

Таким образом, резюмируя итоги социальной ответственности бизнеса, необходимо подчеркнуть следующее.

Формирование нового качества жизни населения страны должно производиться на основе инновационной трансформации производственно коммерческой сферы государства, позволяющей поднять экономический потенциал общества на принципиально более высокий уровень.

Значительное место в вопросах улучшения социально-экономического благосостояния населения должно быть отведено предпринимательским структурам, которые при поддержке официальных властей могут стать основой динамичного развития государства и будут в состоянии обеспечить условия, позволяющие осуществить качественный прорыв в достижении принципиально иного, более высокого уровня функционирования экономики. При этом упор должен быть сделан на социальную направленность деятельности бизнеса.

Под социальной ответственностью бизнеса следует понимать его в связи с производственно-коммерческой деятельности организаций и нерыночных элементах в воспроизводственной сфере, связанных с моральной необходимостью учитывать как экономические требования рыночной инфраструктуры, обусловленные осложняющимися проблемами конкуренции, вызванной степенью глобализации, изменяющейся ролью государства, формирование нового уровня работника и потребителя, так и общественно-социальными запросами гражданского общества, отстаивающего социально-трудовые, морально-этические, природно-экологические и другие ценности проживающего на данной территории народонаселения.

Список использованных источников

1. Иванов С.Ю., Иванов А.С. Социальная ответственность бизнеса: содержание и пути реализации. // Труд и социальные отношения. 2018. № 7. С. 55.
2. Гришина Т.В., Алиев Ф.А. Социальная ответственность частного бизнеса. //Труд и социальные отношения. 2018. № 9. С. 14.
3. Медведев В.А. Социальная активность бизнеса и проблемы неравенства. // Российский экономический журнал. 2017. № 4. С. 38
4. Гришина Т.В. Социальная ответственность бизнеса: международные стандарты и российская специфика. // Труд и социальные отношения. 2018. № 7. С. 43.
5. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/statisticheskie_izdaniya/index_39556/. – Дата доступа: 02.04.2022.