

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Дарья ЮРЧЕНКО*, Владислав РУДЕНКО

Департамент Экономики и Менеджмента, группа ВА-222, Факультет Экономической Инженерии и
Бизнеса, Технический Университет Молдовы, Кишинев, Молдова

*Автор-корреспондент: Дарья Юрченко, E-mail: daria.iurcenco@em.utm.md

Научный руководитель: Алина СТРАТИЛА, доцент, к.э.н., ТУМ

Аннотация. *Статья рассматривает роль социальной ответственности бизнеса в устойчивом развитии предприятий. Исследования показывают, что компании, осуществляющие социальную ответственность бизнеса, часто имеют лучшую финансовую производительность и выше уровень удовлетворенности сотрудников и клиентов. В аналитической практике измерение таких показателей осуществляется при помощи расчета показателей прибыли, окупаемости инвестиций и рентабельности. После внедрения социально ответственных практик наблюдается изменение доходности бизнеса. В то же время, внедрение социальной ответственности бизнеса не лишено вызовов, таких как финансовые ограничения и сложности оценки результатов. Для их преодоления необходимо разработать эффективные стратегии, включая улучшение методов оценки социальных программ и управление рисками. Дальнейшие исследования в области социальной ответственности бизнеса могут помочь разработать более эффективные стратегии и практики в этой области.*

Ключевые слова: *бизнес, устойчивость, развитие, улучшение, социальная ответственность.*

Введение

Роль социальной ответственности бизнеса в устойчивом развитии предприятия нельзя недооценивать. В современном мире, где все больше людей и организаций осознают важность сохранения природных ресурсов и справедливости в обществе, социальная ответственность становится неотъемлемой частью успешного бизнеса.

Во-первых, заинтересованные стороны, такие как потребители, инвесторы и работники, все больше ожидают, что предприятия будут проявлять активность в социальной сфере. Бизнесу следует искать способы улучшения жизни людей и окружающей среды. Удовлетворение этого ожидания помогает предприятию устанавливать прочные отношения с потребителями, привлекать инвестиции и привлекать высококвалифицированных сотрудников [3].

Во-вторых, социальная ответственность бизнеса способствует устойчивому развитию общества. Принимая ответственность за свои действия и иницируя социальные проекты, предприятия могут внести вклад в решение социальных проблем, таких как бедность, безработица и неравенство [7].

Кроме того, социальная ответственность бизнеса позволяет предприятиям опережать законодательство и рыночные требования. Принимая проактивный подход к экологическим и социальным вопросам, предприятия могут сберечь ресурсы, сократить затраты, создать конкурентное преимущество и поддержать устойчивость своего бизнеса.

В целом, социальная ответственность бизнеса является фундаментальным элементом устойчивого развития предприятия. Это помогает укрепить репутацию компании, улучшить отношения с заинтересованными сторонами и внести вклад в общественное благополучие. Внедрение практик социальной ответственности должно стать неотъемлемой частью стратегии развития каждого предприятия.

Результаты и обсуждение

Начиная с конца 20 века, концепция социальной ответственности бизнеса стала широко распространенной. Она предполагает, что компании несут ответственность не только перед своими учредителями, но и перед обществом в целом. Это включает в себя учет интересов всех заинтересованных сторон и стремление к созданию социальной и экологической ценности.

Принципы социальной ответственности бизнеса включают в себя прозрачность, этичность и устойчивое управление. Практики социальной ответственности бизнеса могут варьироваться в зависимости от отрасли и масштаба предприятия, но обычно включают в себя участие в социальных проектах, экологические инициативы и участие в общественных программах.

Социальная ответственность бизнеса может положительно сказываться на финансовых результатах, отношениях с заинтересованными сторонами, репутации и др. Она способствует улучшению имиджа компании, привлечению и удержанию талантов, снижению рисков и др.

Исследования показывают, что компании, осуществляющие социально ответственную деятельность, часто имеют лучшие финансовые результаты в долгосрочной перспективе за счет увеличения продаж, снижения издержек и улучшения доступа к капиталу.

Использование ключевых экономических показателей для измерения эффективности социальной ответственности бизнеса и примеры успешных исследований

Ключевые экономические показатели для измерения эффективности социальной ответственности бизнеса представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Ключевые экономические показатели для измерения эффективности социальной ответственности бизнеса

№	Наименование показателя	Характеристика
1	Возврат инвестиций	Рассчитывается как отношение прибыли или выгоды, полученной от инвестиций в социальную ответственность, к затратам на эти инвестиции.
2	Прибыль	Прибыль является ключевым показателем успешности любого бизнеса. Изменение прибыли после внедрения социально ответственных практик может указать на их эффективность.
3	Рентабельность	Рентабельность показывает, сколько прибыли приносит каждая единица продукции или услуги. Изменение этого показателя после внедрения социальной ответственности может свидетельствовать о том, что такие инициативы оказывают влияние на доходность бизнеса.

Источник: составлена авторами на основе [4, 10].

Исследования показывают, что социально ответственные компании часто имеют лучшую финансовую производительность, выше уровень удовлетворенности сотрудников и клиентов, а также меньше рисков. Например:

1. Исследование McKinsey. Исследование, проведенное McKinsey, показало, что компании, интегрирующие принципы социальной ответственности в свою стратегию, имеют в среднем на 19% более высокую финансовую производительность. Это свидетельствует о том, что социальная ответственность бизнеса может привести к улучшению финансовых результатов предприятия [3].

2. Исследование EY. Исследование EY показало, что компании, осуществляющие социальную ответственность, имеют более высокую вероятность привлечения и удержания талантливых сотрудников. Это связано с тем, что многие сотрудники предпочитают работать в компаниях, которые ценят их вклад в общественное благополучие [6].

Препятствия и вызовы в реализации социальной ответственности бизнеса

Препятствия и вызовы в реализации социальной ответственности бизнеса на предприятии представлены на рисунке 1.

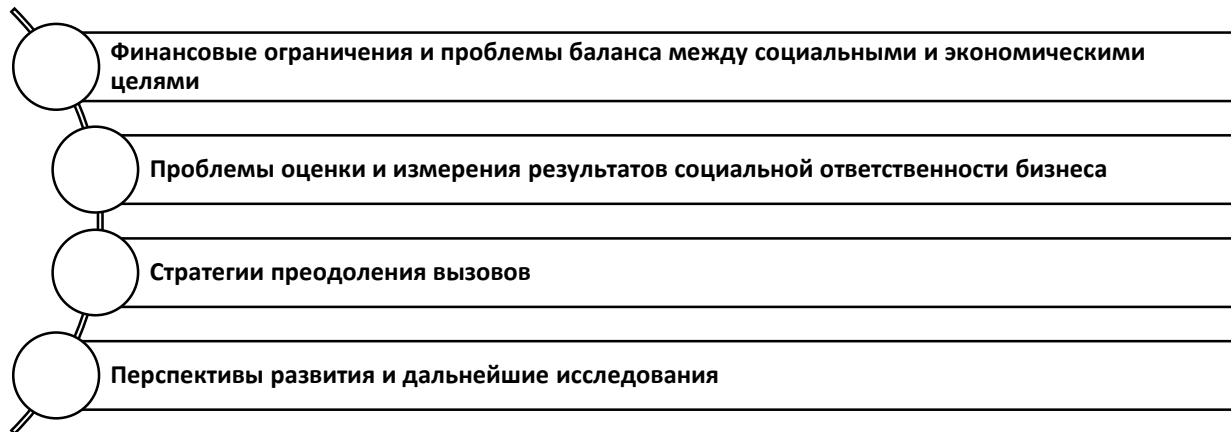


Рисунок 1. Препятствия и вызовы в реализации социальной ответственности бизнеса

Источник: составлен авторами на основе [1, 5, 7].

Одним из основных препятствий в реализации социальной ответственности бизнеса являются финансовые ограничения. Многие компании сталкиваются с дилеммой: как совместить социальные и экономические цели. Иногда инвестиции в социальные программы могут казаться непозволительно дорогими для предприятий, особенно в периоды экономических трудностей. Необходимость поиска баланса между социальными и экономическими целями требует от компаний глубокого анализа и стратегического планирования [1].

Еще одним вызовом в реализации социальной ответственности бизнеса является сложность оценки и измерения ее результатов. Эффекты социальных программ и инициатив часто трудно измерить в чисто экономических терминах. Например, достаточно сложно измерить влияние на общественное благополучие или уровень удовлетворенности сотрудников. Это требует разработки специальных методологий и показателей, что может быть сложно для многих компаний [1, 5].

Для преодоления вызовов в реализации социальной ответственности бизнеса необходимо разработать стратегии, которые помогут компаниям справиться с финансовыми ограничениями, проблемами оценки и измерения результатов. Это может включать в себя разработку более эффективных методов оценки социальных программ, улучшение управления рисками и издержками, а также развитие партнерских отношений с другими компаниями и организациями [7].

Дальнейшие исследования в области социальной ответственности бизнеса могут помочь разработать более эффективные стратегии и практики в этой области. Исследования могут сосредоточиться на разработке новых методов оценки результатов социальной ответственности бизнеса, исследовании оптимального баланса между социальными и экономическими целями, а также на изучении опыта успешных компаний в области социальной ответственности бизнеса. Это поможет компаниям улучшить свою деятельность и достичь большей эффективности в реализации социальной ответственности.

Выводы

Социальная ответственность бизнеса является неотъемлемой частью устойчивого развития предприятий, влияя на финансовые результаты компаний, отношения с заинтересованными сторонами и общественную репутацию. Однако, реализация социальной ответственности бизнеса на практике сталкивается с рядом вызовов и препятствий.

Финансовые ограничения и сложности в балансировке между социальными и экономическими целями являются одними из основных препятствий. Проблемы оценки и измерения результатов также ограничивают эффективность реализации социальной ответственности бизнеса.

Для преодоления вызовов внедрения социальной ответственности бизнеса необходимо разработать стратегии, позволяющие компаниям справляться с финансовыми ограничениями, проблемами оценки и балансировки между социальными и экономическими целями.

Таким образом, успешная реализация социальной ответственности бизнеса требует от компаний глубокого понимания вызовов и препятствий, а также готовности к постоянному совершенствованию и развитию. Однако, преодоление этих вызовов может принести значительные выгоды в виде улучшения финансовых результатов и репутации компании.

Список литературы

- [1] Анпилов, С. М. Систематизация внутренних факторов, сдерживающих устойчивое развитие современного предприятия // *Вестник Самарского государственного университета*. — 2012. — № 4 (95). — С. 4–10
- [2] Портер, М.Э., Крамер, М.Р. (2006). Стратегия и общество: связь между конкурентным преимуществом и корпоративной социальной ответственностью. *Harvard Business Review*, — 2006 — № 84 (12), — 78-92.
- [3] Ковалев В. В. *Финансовый менеджмент; теория и практика*. — 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. - 1024 с. ISBN 978-5-482-01505-6
- [4] МкВильямс, А., Сигел, Д. Корпоративная социальная ответственность: теория с точки зрения фирмы. *Обзор академии менеджмента*, — 2001 — № 26 (1), — 117-127.
- [5] Марголис, Дж.Д., Уолш, Дж.П. Мизери любит компании: переосмысление социальных инициатив бизнесом. *Administrative Science Quarterly*, — 2003 — № 48 (2), —268-305.
- [6] Сен, С., Бхаттачарья, К.Б. Всегда ли добрые дела приводят к улучшению? Реакция потребителей на корпоративную социальную ответственность. *Журнал маркетинговых исследований*, — 2001— № 38 (2), — 225-243.
- [7] Вуд, Д.Дж. *Пересмотр социальной эффективности корпораций*, — 1991 — № 16(4), — 691-718.
- [8] Балабанов И.Т. *Основы финансового менеджмента*. – М.: Финансы и статистика, 2002.
- [9] GHEORGHIȚA, M., STRATIȚA, A. Sustainable development of construction contractors of the Republic of Moldova in the context of waste generation and processing. *Journal of Social Sciences*. 2023, 6 (1), pp. 6-15. ISSN 2587-3490. [https://doi.org/10.52326/jss.utm.2023.06\(1\).01](https://doi.org/10.52326/jss.utm.2023.06(1).01)