

РАЗВИТИЕ ОТЧЕТНОСТИ О КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Тема корпоративной социальной ответственности (КСО) и необходимость раскрытия информации в данной области активно обсуждается исследователями и практиками как в Республике Беларусь, так и за рубежом. КСО как добровольная деятельность бизнеса сверх требований законодательства для получения социального эффекта в различных сферах может быть направлена на своих сотрудников или общество в целом. Выгоды, которые организация может получить благодаря деятельности в данном направлении, возможны только при условии информирования стейкхолдеров посредством составления соответствующей отчетности.

Проведенное исследование показало, что само понятие «социальный отчет» в литературе трактуется как публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров, общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах цели экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности. Формируя отчетность о социальной ответственности бизнеса, организация подытоживает длительный диалог с различными группами заинтересованных сторон. В нем обобщаются различные мнения, а также фиксируются определенные обязательства организации и их выполнение.

С 2014 г. в Беларуси Международным социально-экономическим фондом «Идея» учреждена премия в области КСО. По результатам анализа данных социологического исследования крупного белорусского бизнеса, проведенного фондом «Идея», следует отметить, что из всех компаний, которые приняли участие в опросе, больше половины (51%) участвуют в тех или иных видах корпоративной социальной ответственности. Реализация проектов в сфере КСО чаще была зафиксирована в следующих сферах: помощь детям и детским учреждениям (73,8%), поддержка развития спорта (42,6%), поддержка учреждений и институтов образования (36,1%). К основным показателям эффективности проведенных проектов в сфере КСО респондентами, реализующими проекты в сфере КСО, были обозначены следующие: количество охваченных благополучателей (63,9%); количество вовлеченных сотрудников (52,5%); PR-эффект (публикации, упоминания в СМИ) (39,3%) [1].

По данным исследования консалтинговой компании «SATIO», 65% белорусских организаций из выборки заявляют о своей КСО, при этом только 16% из них отражают данную деятельность в отчетности [2]. Мировой опыт показывает, что эффект от КСО увеличивается, если об этом говорить: в 2017 г. 75% компаний из 100 крупнейших компаний по выручке в мире ведут отчетность о КСО. В Беларуси 16% компаний ведут отчетность [2].

Несмотря на то, что с каждым днем все большее количество организаций принимает участие в проектах, связанных с социальной ответственностью бизнеса, составление корпоративной социальной отчетности не является приоритетом и многими компаниями не составляется. На это влияют следующие факторы: составление отчетности носит рекомендательный характер, высоки затраты времени и ресурсов, которые затрачиваются на составление отчетности, отсутствует популяризация корпоративной социальной отчетности.

Список использованной литературы

1. **Социальная** ответственность бизнеса: виды, примеры, формирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.kom-dir.ru/article/1460-sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa>. – Дата доступа : 02.03.2022.
2. **Маркетинговое** исследование бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://satio.by/>. – Дата доступа : 15.02.2022.