

**Ж. П. Дрозд**

*Научный руководитель*

**И. Н. Новикова**

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**

Баланс интересов общества и субъектов предпринимательской деятельности достигается в результате социально ответственного ведения бизнеса. Сегодня, пожалуй, нет компании, которая бы не развивала данное направление деятельности. Это особо актуально для достижения целей устойчивого развития страны.

Проведенное исследование показало, что разработано и применяется множество подходов к оценке социальной ответственности бизнеса. Их можно объединить в три группы: минималистский подход; подход, основанный на выделении одного или нескольких ключевых направлений деятельности в области корпоративной социальной ответственности; комплексный подход.

Минималистский подход заключается в оценке показателей социальной ответственности организации, которая соблюдает все законодательно предусмотренные правила и обязательства: производство качественных товаров и услуг; своевременную уплату налогов; своевременную выплату достойной заработной платы и т. п.

Подход, основанный на выделении одного или нескольких ключевых направлений деятельности корпоративной социальной ответственности, характеризует оценку таких областей, как трудовые отношения; соблюдение прав человека, корпоративное управление, оценка благотворительных расходов, показателей по охране и безопасности труда, влияние на местные сообщества и т. п. Так, исследование опыта представления информации о социальной ответственности бизнеса показало, что информацию об отдельных мероприятиях раскрывают на своих официальных сайтах отечественные коммерческие банки и другие организации.

Комплексный подход предполагает измерение большого количества социальных, экологических и экономических показателей, так как принципы социальной ответственности интегрированы во все бизнес-процессы компании. Отдельно выделяют такие подходы, как «корпоративный альтруизм», «корпоративный эгоизм» и «разумный эгоизм». «Корпоративный альтруизм» заключается в том, что бизнес должен заботиться не только о росте прибыли, но и делать максимально доступным вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества, а также в сохранение окружающей среды.

«Корпоративный эгоизм» предполагает то, что главной целью любого бизнеса является получение прибыли. Получение прибыли возможно при эффективном использовании инвестиционного капитала. Подход «разумного эгоизма» характеризуется необходимостью бизнеса получать стабильную прибыль, при этом использовать социальные инвестиции, программы как гарант благоприятной социальной среды для работников и деятельности [1].

Таким образом, результаты деятельности организации в области корпоративной социальной ответственности должны быть раскрыты в соответствующей отчетности, что позволит организации использовать те выгоды, которые она приносит бизнесу.

### **Список использованной литературы**

1. **Подходы** корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://spravochnick.ru/menedzhment\\_organizacii/korporativnaya\\_socialnaya\\_otvetstvennost\\_kompanii/podhody\\_korporativnoy\\_socialnoy\\_otvetstvennosti](https://spravochnick.ru/menedzhment_organizacii/korporativnaya_socialnaya_otvetstvennost_kompanii/podhody_korporativnoy_socialnoy_otvetstvennosti). – Дата доступа : 07.03.2022.