

# ТЭНДЭНЦЫІ РАЗВІЦЦЯ КАРПАРАТЫЎНАЙ САЦЫЯЛЬНАЙ АДКАЗНАСЦІ Ў РЭСПУБЛІЦЫ БЕЛАРУСЬ

ЮЛІЯ ЧАЙКОЎСКАЯ

**Анотацыя:** У працы разгледжаны сучасны стан развіцця карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці (КСА) у Рэспубліцы Беларусь. У якасці фактараў, якія стрымліваюць пашырэнне маштабаў КСА ў рэспубліцы адзначаны нізкая інфармаванасць аб сутнасці карпаратыўнай сацыяльнай адказнасці як прадстаўнікоў бізнесу, так і грамадства ў цэлым, адсутнасць мэтанакіраванай дзяржаўнай палітыкі ў гэтай сферы і нераспрацаванасць заканадаўства, якое рэгулюе пытанні сацыяльнай адказнасці бізнесу.

**Ключавыя словы:** карпаратыўная сацыяльная адказнасць, бізнес, інтарэсы грамадства, дабрачыннасць.

## THE TRENDS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF BELARUS

**Abstract:** This paper considers the current state of corporate social responsibility (CSR) in the Republic of Belarus. The factors hindering expansion of CSR in the country are the following ones: the lack of awareness about the nature of corporate social responsibility among representatives of business as well society as a whole, the lack of purposeful state policy in this area and the undeveloped legislation on social responsibility.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Business, Public Interest, Charity.

Для эканамічна развітых краін карпаратыўная сацыяльная адказнасць (КСА) з'яўляецца традыцыйным складнікам бізнес-практыкі і аказвае вялікі ўплыў на фарміраванне карпаратыўнай культуры. Для Беларусі гэты шлях толькі пачынаецца.

У 2005 годзе ў краіне на аснове ўзаемадзеяння грамадскіх арганізацый і буйных беларускіх прадпрыемстваў сфарміраваны першы праект у вобласці развіцця КСА “Ініцыятыва “За сацыяльную адказнасць бізнесу”. Гэта сумесны праект лідараў беларускага бізнесу, які накіраваны на змяненне ролі нацыянальнага бізнесу ў соцыуме. Праект “Ініцыятыва “За сацыяльную адказнасць бізнесу” быў падтрыманы на ўзроўні прадстаўніцтва ПРААН у Беларусі ў ідэі Глобальнага дагавора, якая была вылучана Генеральным сакратаром ААН у 1999 годзе. У 2006 г. Беларусь далучылася да ініцыятывы ААН Глобальнага дагавора і зараз больш за 70 арганізацый і прадпрыемстваў Беларусі яго падпісалі, пацвердзіўшы тым самым гатоўнасць кіравацца ў сваёй дзейнасці прынцыпамі КСА. Шэраг буйных беларускіх кампаній, такіх як СП ЗАТ “Мілавіца”, СТАА “Белвест”, МАХ “Атлант-М”, ААТ “Савушкін прадукт”, актыўна ўдзельнічаюць у стварэнні інклюзіўнага сацыяльнага маркетынгу – напрамку, які набірае папулярнасць ва ўсім свеце. Беларускі бізнес не проста дае грошы на нейкі культурны або сацыяльны праект, але і сам удзельнічае ў яго стварэнні і рэкламным прасоўванні. Актыўна вядзецца праца па папулярызацыі КСА бізнесу.

Тым не менш, пашырэнне маштабаў КСА ў Беларусі стрымліваецца шэрагам фактараў. Перш за ўсё гэта нізкая інфармаванасць і неразуменне сутнасці і ролі сацыяльнай адказнасці бізнесу ўсімі пластамі беларускага грамадства. Па выніках праведзенага сацыялагічнага даследавання толькі чвэрць жыхароў Беларусі знаёмая з паняццем “КСА”. Гэтак жа асноўная маса кіраўнікоў прадпрыемстваў не мае сістэмнага ўяўлення пра КСА. Для іх сацыяльная адказнасць вычэрпваецца абавязкам выконваць законы. У савецкі перыяд існавала паняцце “сацыяльнай падтрымкі”, што азначала ўдзел прадпрыемстваў у забеспячэнні ўмоў працы і адпачынку персаналу, дапамогу мясцовым арганізацыям, шэфскую дапамогу і г.д. Большасць новых кіраўнікоў беларускіх кампаній не выкарыстоўваюць дадзены назапашаны вопыт. Часта ў аснове гэтага ляжыць цяжкае фінансавое становішча прадпрыемстваў. Разам з тым кіраўнікі прадпрыемстваў не ўсведамляюць, што сацыяльныя інвестыцыі карысныя не толькі для грамадства, але і для развіцця паспяховай доўгатэрміновай дзейнасці самога прадпрыемства, і што ў канчатковым выніку яны прыносяць станоўчы эканамічны эфект.

У беларускім бізнесе адсутнічае сістэмны і скаардынаваны менеджмент сацыяльнай дзейнасці. Работы па забеспячэнні сацы-

яльных патрабаванняў персаналу, ахове навакольнага асяроддзя, ўзаемадзеянні з мясцовай супольнасцю і органамі ўлады не звязана адзінай сацыяльнай палітыкай прадпрыемства і не рэалізуюцца на аснове скаардынаваных інвестыцыйных праграм.

Істотным бар'ерам у развіцці КСА ў Беларусі таксама з'яўляецца адсутнасць мэтанакіраванай дзяржаўнай палітыкі ў гэтай сферы. Акрамя абмежавання законамі, якія падпісваюць фінансавую справаздачнасць, у Беларусі няма ніводнага законапраекта, які б стымуляваў бізнес быць сацыяльна адказным. Пакуль бізнес дзейнічае ў рамках Указа Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь 2005 г. № 300 "Аб прадастаўленні і выкарыстанні бязвыплатнай спонсарскай дапамогі". У ім змяшчаюцца некаторыя пазіцыі адносінаў да дабрачыннасці з боку дзяржавы. Напрыклад, дабрачынная падтрымка ў адрас дзяржаўных структур у любых галінах (культура, спорт ці падтрымка дзіцячых дамоў) адбываецца без абкладання падаткам на прыбытак. Астатнія ж праекты па падтрымцы грамадскіх аб'яднанняў, значных сацыяльных праектаў (недзяржаўных, ініцыяваных бізнесам або грамадзянскай супольнасцю) абкладаюцца падаткам на прыбытак. Атрымліваецца, што кампанія, якая спансіруе падобныя праекты, нясе дадатковы цяжар. Такія няроўныя ўмовы ажыццяўлення КСА, безумоўна, неабходна выключыць з закона. Да гэтага пытання варта падыходзіць не з пазіцыі формы ўласнасці, а з пазіцыі прыярытэтнасці, як гэта робіцца ў развітых сацыяльна арыентаваных эканоміках. Такі падыход будзе стымуляваць бізнес да падтрымкі сацыяльных праектаў і ўдзелу ў культурным жыцці краіны.

У большасці краін Заходняй Еўропы ў заканадаўстве замацаваны ільготы для фізічных і юрыдычных асоб, якія займаюцца дабрачыннай дзейнасцю. Як правіла, некамерцыйныя арганізацыі вызваляюцца ад выплаты падаткаў: падаходнага падатку, падатку на перадачу ўласнасці, маёмасных падаткаў і падатку на дабаўленую вартасць. Гэты вопыт прадастаўлення прэферэнцый варта выкарыстоўваць у Рэспубліцы Беларусь.

У 2011 г. Міністэрства эканомікі Рэспублікі Беларусь прыступіла да распрацоўкі закона аб прыватным дзяржаўным партнёрстве. Мэтазгодна было увесці ў працоўную групу па яго распрацоўцы бізнесменаў, якія маюць практычны вопыт ажыццяўлення КСА, але пакуль у ёй удзельнічаюць толькі асобныя грамадскія аб'яднанні і чыноўнікі.

У заключэнне варта адзначыць, што беларускім бізнесам робяцца спробы распрацоўкі канкрэтных падыходаў да фарміравання КСА, стварэння і прасоўвання сацыяльных праектаў, падтрымкі грамадства, забеспячэння экалагічнай бяспекі бізнесу, ўзаемадзеяння з

грамадскімі арганізацыямі, стварэння інклюзіўнага менеджменту, але гэтая дзейнасць ажыццяўляецца ва ўмовах структурнага і інстытуцыянальнага крызісу нацыянальнай эканомікі ў цэлым, практычна поўнай адсутнасці заканадаўчай базы ў гэтай сферы, наяўнасці ў Беларусі адной з самых нізкіх доляў прыватнага сектара ў ВУП сярод транзітыўных эканомік (30%) і неразвітасці сектара некамерцыйных (грамадскіх) арганізацый. У гэтай сітуацыі выхадом можа стаць не проста распрацоўка на дзяржаўным узроўні такіх прынцыпаў КСА, якія былі б заснаваныя на агульнапрызнаных сусветных стандартах і адначасова ўлічвалі асаблівасці развіцця беларускай эканомікі, але і ўкараненне розных форм дзяржаўна-прыватнага партнёрства ў эканоміку з паралельным рэфармаваннем дзяржаўных прадпрыемстваў.