

Женское предпринимательство сквозь призму социальной ответственности бизнеса

Орлова Алина Владимировна,
*УО «Гомельский государственный
университет имени Ф. Скорины»
(г. Гомель, Беларусь)*

В статье рассмотрены современные аспекты социальной ответственности бизнеса. Предложена мезоформа корпоративной социальной ответственности. В рамках предложенной формы обоснована образовательная программа «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело». Целью образовательной программы является формирование и развитие предпринимательских навыков потенциальных женщин-предпринимателей. Образовательная программа интегрирует интересы бизнеса, общества и государства в направлении поддержки женского предпринимательства.

The article considers modern aspects of social responsibility of business. A meso-form of corporate social responsibility is proposed. Within the framework of the proposed form, the educational program «Roadmap of an Entrepreneur. Start your own business». The purpose of the educational program is to form and develop the entrepreneurial skills of potential women entrepreneurs. The educational program integrates the interests of business, society and the state in the direction of supporting women's entrepreneurship.

В настоящее время — время жесточайшей конкуренции и глобальных вызовов — становится очевидным, что социальная ответственность бизнеса, являясь ее основным нематериальным активом, капитализируется и становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности, основой улучшения финансовых показателей и обеспечения устойчивого развития.

Происходит смещение акцента в раскрытии сути социальной ответственности бизнеса с учета интересов общества на включение в стратегический компонент развития бизнеса в целях формирования долгосрочных конкурентных преимуществ (таблица 1) [1–7].

В пользу стратегического подхода к реализации социальной ответственности бизнеса говорят и многие исследования, подтверждающие взаимосвязь социального компонента с конкурентоспособностью компаний, рассматриваемую через повышение лояльности потребителей, бизнес-сообщества, потенциальных и действующих сотрудников. Так, выяв-

лено, что компании, имеющие низкие оценки в области корпоративной социальной ответственности, могут рассчитывать на склонность к покупке их товаров 11,9 % потребителей [8]. Организации, наиболее преуспевшие в социальных инициативах, поддерживают 91,4 % потребителей. Кроме того, и бизнес-сообщество является чувствительным к вопросам корпоративной социальной активности. Так, увеличение показателя активности в области корпоративной социальной ответственности на 5 баллов (GlobalRepTrak®) приводит к росту желания инвестировать в компанию на 7,7 % [8]. Помимо этого, компании, имеющие высокие оценки в области корпоративной социальной ответственности, могут рассчитывать на повышение лояльности и приверженности своих сотрудников [9].

Таким образом, включение компонента социальной ответственности в бизнес-модель становится объективной необходимостью для современной компании как с точки зрения формирования долгосрочных конкурентных

Таблица 1. Эволюция взглядов на социальную ответственность бизнеса

Автор	Содержание
Берли Ф., Минз Г. (1932 г.)	Крупные корпорации должны превратиться в совершенно нейтральную технократию, уравнивающую многообразие требований различных групп в обществе и закрепляющую за каждой из них часть потока доходов на основе общественной политики, а не частной алчности.
Боуэн Г. (1953 г.)	Обязанности бизнесменов принимать те решения и следовать тем направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества.
Друкер П. (1999 г.)	Социальная ответственность бизнеса должна заключаться, во-первых, в производстве качественных товаров и услуг, а во-вторых, в минимизации менеджментом негативных побочных последствий деятельности компании.
Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» (2010 г.)	Корпоративная социальная ответственность — ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; введено во всей организации.
Яровой А.Н. (2010 г.)	Корпоративная социальная ответственность представляет собой постоянную приверженность бизнеса этическому поведению... Это не просто отдельные меры, а целый комплекс мероприятий, интегрированных в работу компании и поддерживаемых руководством.
Шинкаренко О.Н. (2013 г.)	Под социальной ответственностью бизнеса следует понимать поведение, которое обеспечивает достижение полного баланса интересов с учетом как показателей социальной и экономической эффективности, так и принципов социальной справедливости.
Райхер Р.С. (2019 г.)	Корпоративная социальная ответственность повышает лояльность сотрудников, партнеров и клиентов организации, интегрирует задачи компании в политику устойчивого развития, учитывая экономические, социальные и экологические аспекты, увеличивает условия долгосрочного создания стоимости и обеспечения финансового успеха.
Вавилина А.В., Комарова Т.В., Веленси И.Р., Райхер Р.С. (2019 г.)	Корпоративная социальная ответственность компаний выступает весьма важным элементом эффективной стратегии современной компании в условиях глобальной конкуренции и помогает получать весьма весомые конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе.

Источник: таблица составлена на основании [1–7]

преимуществ во взаимодействии с клиентами, партнерами, обществом, так и с точки зрения развития корпоративной культуры.

В качестве основного инструмента реализации корпоративной социальной ответственности выступают социальные программы, реализуемые посредством благотворительных пожертвований, социальных инвестиций, волонтерства, спонсорства, денежных грантов, социально значимого маркетинга, эквивалентного финансирования [10–12].

Традиционными формами корпоративной социальной ответственности являются внутренняя и внешняя [13]. Внутренняя форма корпоративной социальной ответственности включает в себя следующие элементы: создание условий для безопасности труда, развитие творческого потенциала у работников с помощью различных обучающих программ, оказание ма-

териальной помощи подчиненным, попавшим в чрезвычайные ситуации, медицинского и социального обслуживания, стабильность заработной платы и др. Внешняя форма социальной ответственности бизнеса включает: оказание спонсорской помощи в акциях и программах, природоохранную деятельность и ресурсосбережение, участие в развитии города, местного сообщества, ответственность перед потребителями за качество товаров и услуг.

Помимо традиционных форм проявления корпоративной социальной ответственности (КСО), предлагаем рассматривать мезоформу, предполагающую интеграцию элементов двух вышеперечисленных форм (рисунок 1). Этот промежуточный вариант способен обеспечить интеграцию интересов стейкхолдеров в процессы устойчивого развития города, региона, страны.

Рассмотрим возможность проявления мезоформы корпоративной социальной ответственности на примере реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» в целях формирования и развития предпринимательских навыков потенциальных женщин-предпринимателей.

Актуальность вопросов развития женского предпринимательства для Республики Беларусь обусловлена необходимостью формирования комплексного подхода к решению социально-экономических задач, лежащих как в плоскости повышения вклада частного сектора в экономическое развитие страны, так и в плоскости расширения экономических возможностей женщин через изменение социальных и культурных моделей поведения.

Так, в Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 г. (НСУР-2035) признается наличие проблем в области расширения экономических возможностей женщин и мужчин, изменения социальных и культурных моделей поведения, снижения «двойной занятости» женщин в пользу развития их личного потенциала [14]. Основной целью в направлении обеспечения равенства прав и возможностей мужчин и женщин во всех сферах жизнедеятельности общества определено равноценное развитие человеческого капитала женщин и мужчин

(рисунок 2). Достижение данной цели предусматривает расширение экономических возможностей женщин пропорционально их образовательному статусу, что, в свою очередь, возможно при создании благоприятной среды для развития женского предпринимательства.

Очевидна необходимость обоснования инструментов, позволяющих решить заявленные задачи. Обобщение зарубежного опыта поддержки женского предпринимательства позволило выделить ключевые направления: образование, информация, финансы, сети [15]. Мировой опыт свидетельствует о важности оказания помощи женщинам в преодолении барьеров бизнес-навыков посредством обучения предпринимательству и наставничества: во многих странах (Германия, США, Канада, Франция) наблюдается тенденция к созданию специальных программ, сфокусированных на развитии навыков, способствующих созданию и росту бизнеса как среди потенциальных, так и среди действующих женщин-предпринимателей.

В связи с этим представляется целесообразным объединение усилий частного сектора (в части реализации корпоративной социальной ответственности) и государства (в части реализации организационно-экономического механизма поддержки женского предпринимательства) в целях развития навыков потенциальных женщин-предпринимателей.

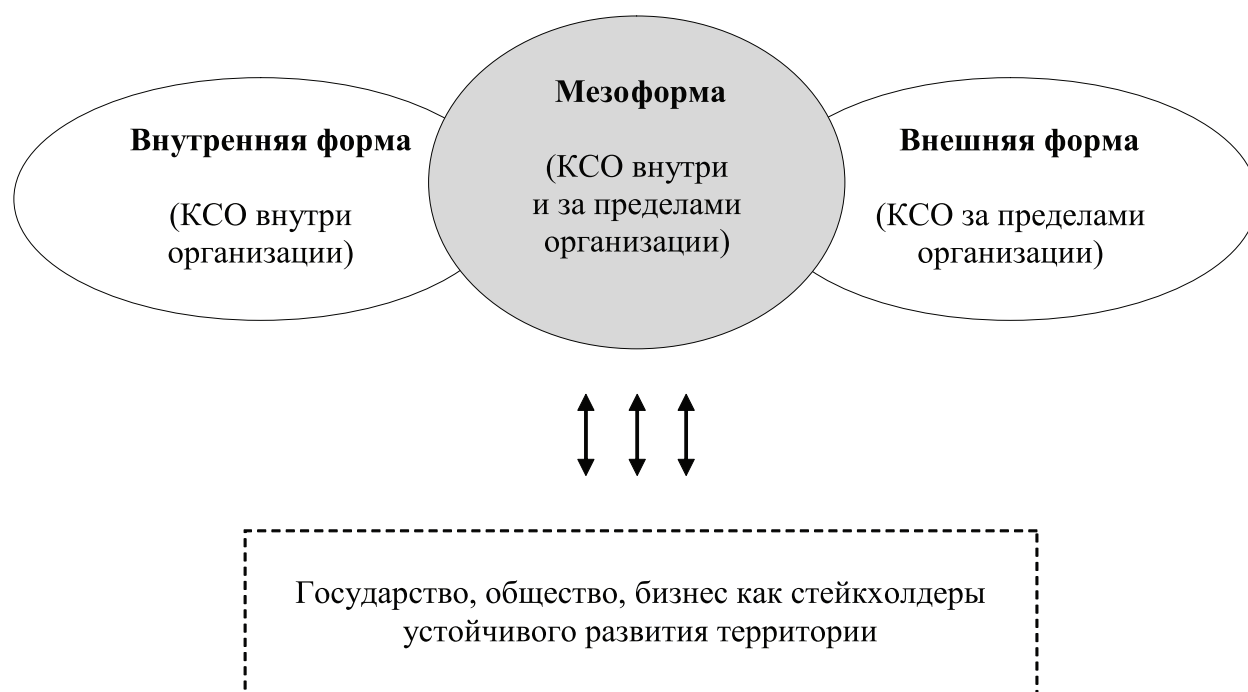


Рисунок 1. Формы проявления корпоративной социальной ответственности

Источник: разработано автором на основании проведенных исследований

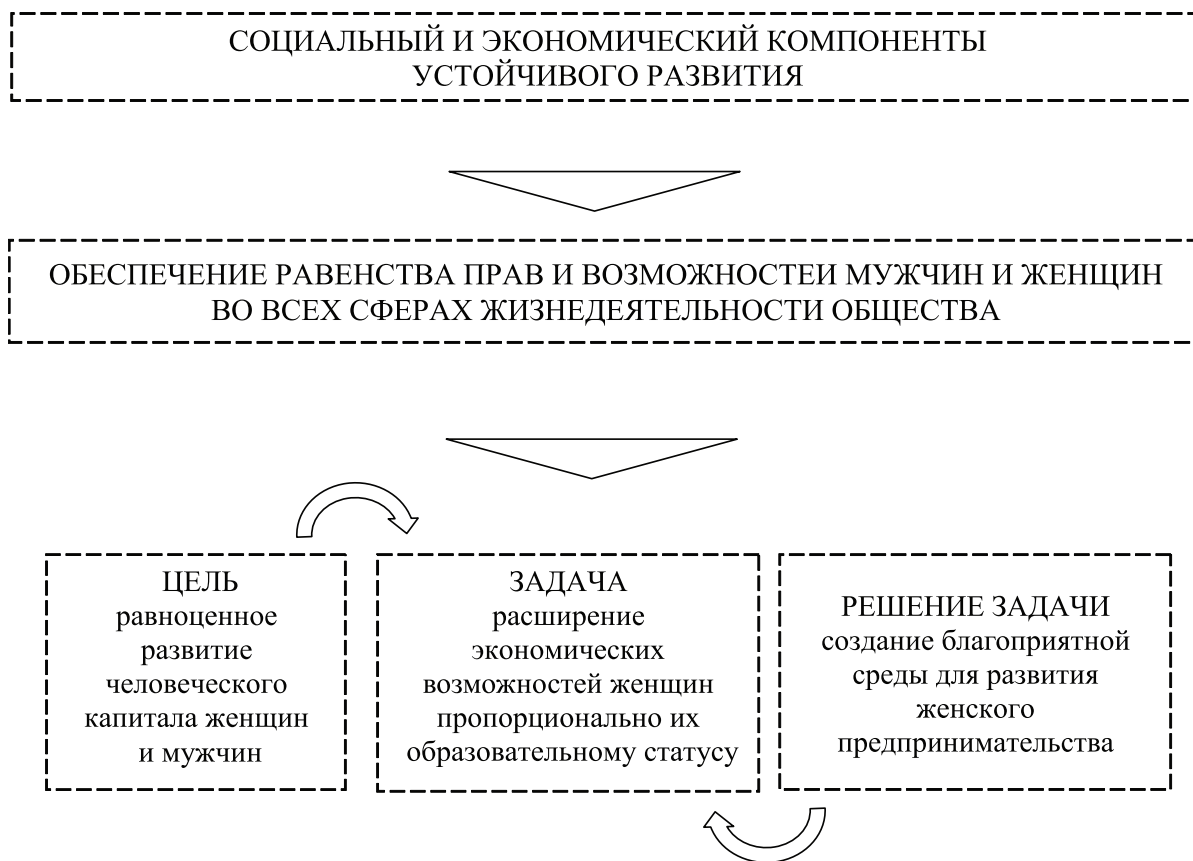


Рисунок 2. Основные компоненты НСРП-2035 сквозь призму развития женского предпринимательства

Источник: разработано автором на основании проведенных исследований

Идея мезоформы заключается в получении синергетического эффекта от взаимодействия компаний (организаций, предприятий), органов государственного управления, учреждений образования, банковских и финансовых институтов в результате реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело».

Целесообразность реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» заключается в интеграции интересов бизнеса, общества и государства в направлении повышения предпринимательских намерений женщин и их предпринимательской активности.

Паспорт образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» представлен в таблице 2.

Включение в качестве участников в образовательную программу «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» предприятий, организаций, учреждений предполагает, по сути, инвестирование субъектами хозяйствования в своих же сотрудников не только с точки зрения развития их творческого потенциала, но

и с позиции формирования будущей партнерской сети. Фокусируясь в образовательной программе на развитии предпринимательских навыков в рамках профессиональной деятельности, участник создает предпосылки для будущего сотрудничества со своим же работником, но уже в качестве будущего бизнес-партнера. Современным трендом развития бизнеса является аутсорсинг. Еще в конце прошлого века П. Друкер назвал аутсорсинг одним из факторов конкурентоспособности в условиях экономики знаний [3].

Образовательная программа «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» представляет собой цикл обучающих мероприятий и предназначена для потенциальных женщин-предпринимателей — женщин, работающих по найму на крупных предприятиях, в организациях, учреждениях и рассматривающих предпринимательскую деятельность как возможное продолжение своей активности. Женщины могут рассматривать предпринимательскую деятельность как альтернативу работе по найму по следующим причинам: неудовлетворенность уровнем заработной

Таблица 2. Паспорт образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело»

Элемент программы	Содержание
Цель	Развитие предпринимательских навыков потенциальных женщин-предпринимателей
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование навыков рыночного подхода к выбору бизнес-идеи, ее монетизации • Формирование навыков разработки бизнес-модели • Развитие навыков бизнес-планирования • Ознакомление с законодательством о предпринимательстве, способами поиска необходимой информации
Участники	Крупные предприятия, организации, учреждения
Целевая аудитория	Потенциальные женщины-предприниматели (женщины-работники предприятий, организаций, учреждений)
Форма	Тренинг, лекция, кейс-метод, коучинг, консультации
Методическое обеспечение	Интерактивные и печатные информационные материалы
Длительность	20 часов
Формат	Офлайн, онлайн
Исполнители	Преподаватели вузов, специалисты банков
Финансирование	Осуществляет участник программы
Координация	Местные органы государственного управления

Источник: составлено автором на основании проведенных исследований

платы; невозможность реализовать свой потенциал в рамках данной организации; профессиональная сегрегация; увольнение. Ключевая роль нанимателя состоит в сглаживании последствий этих проявлений и информационной адаптации своих работников к предпринимательской деятельности.

Методическое обеспечение образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» формируют интерактивные

материалы (презентации, видеопрезентации) и печатные материалы (иллюстрированная брошюра, конспект-шаблон), содержащие пошаговый алгоритм создания и ведения бизнеса с акцентом на основные элементы (организационно-правовая форма, налоги, финансы, управление и пр.).

Предлагаемое информационное наполнение представляет собой основной блок методических рекомендаций и отражает базовую ин-

Таблица 2. Характеристика информационного наполнения методических рекомендаций образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело»

Этапы	Характеристика
Этап 1. Поиск идеи	Выбор и обоснование бизнес-идеи на основе ключевых критериев
Этап 2. Бизнес-модель	Описание бизнес-модели будущей деятельности
Этап 3. Маркетинг	Маркетинговое обоснование выбранной идеи
Этап 4. Выбор организационно-правовой формы, вида деятельности и регистрация	Определение организационно-правовой формы, вида деятельности и изучение особенностей фактической регистрации и взаимодействия с органами государственного управления; выбор налогового режима
Этап 5. Бизнес-план	Обоснование выбранной идеи через ключевые области
Этап 6. Открытие счета, постановка на учет	Выбор обслуживающего банка на основе различных критериев и изучение особенностей заключения договора на открытие счета
Этап 7. Осуществление деятельности	Определение видов работ для практической реализации бизнес-идеи (проект бизнес-идеи)

Источник: составлено автором на основании проведенных исследований

формацию о старте и ведении бизнеса в Республике Беларусь. Он представлен в виде соответствующих этапов, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности. Дополнительный блок аккумулирует информацию об инфраструктуре предпринимательства, содержит полезные ссылки на правовую базу. Дополнительный блок предлагаем сформировать по следующим направлениям: финансы; управление; налоги; программы поддержки; инфраструктура. Каждое из данных направлений необходимо сопроводить краткой информацией и полезными интернет-ссылками.

Общая схема реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» на региональном уровне (на примере г. Гомеля) представлена на рисунке 3.

Ключевая роль в реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» отводится вузам и банкам. Именно сотрудники этих институтов будут принимать непосредственное уча-

стие в разработке методического обеспечения образовательной программы и проводить занятия в различных формах (тренинги, лекции, индивидуальный коучинг, групповые и индивидуальные консультации).

Формирование комплексной поддержки женского предпринимательства в Республике Беларусь является объективной необходимостью, продиктованной включением вопросов его развития в повестку стратегических программ социально-экономического развития страны. Комплексный подход подразумевает охват ключевых областей, таких как информация, образование, сети, финансы, и реализацию в этих направлениях соответствующих инициатив. Предложенный вариант образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» представляет собой новый взгляд на объединение усилий общества, государства и бизнеса в рамках мезоформы корпоративной социальной ответственности в целях формирования и развития предпринимательских навыков потенциальных женщин-предпринимателей.

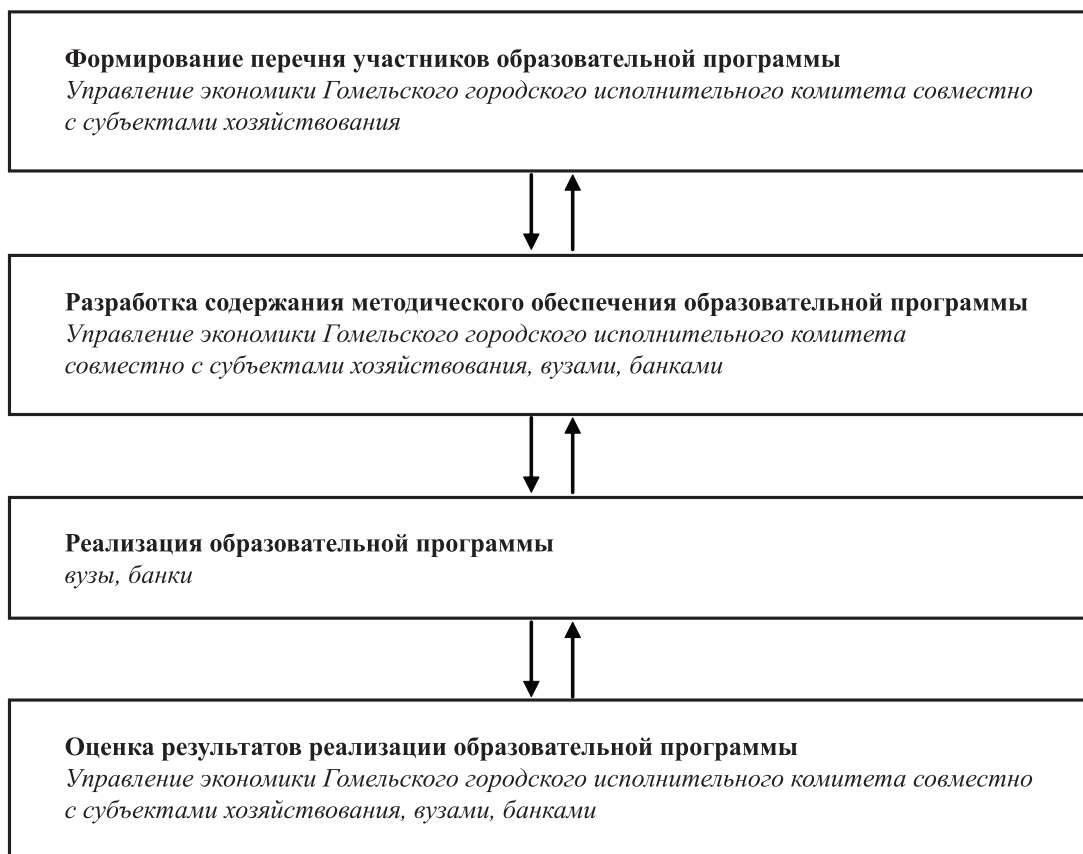


Рисунок 3. Общая схема реализации образовательной программы «Дорожная карта предпринимателя. Начни свое дело» на региональном уровне

Источник: разработано автором на основании проведенных исследований

Литература

1. Bowen, H.R. Social Responsibilities of the Businessman. — New York: Harper and Row, 1953.
2. Иншаков, О.В. Социальная ответственность как императив институционального механизма адаптации предприятия к рыночным условиям хозяйствования / О.В. Иншаков, Н.Н. Лебедева, Г.Г. Набиев. — Волгоград: ВолГУ, 2003. — 52 с.
3. Друкер, П. Классические работы по менеджменту / П. Друкер; пер. с англ. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 218 с.
4. ISO 26000. Социальная ответственность [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/iso-26000-social-responsibility.html>. — Дата доступа: 10.06.2022.
5. Яровой, А.И. Корпоративная социальная ответственность в современной России: опыт и перспективы развития: дис., канд. полит. наук / Я.И. Яровой. — Москва, 2010. — С. 102.
6. Шинкаренко, О.Н. Корпоративная социальная ответственность и социальная (нефинансовая) ответственность / О.Н. Шинкаренко // Кадры предприятия. — 2013. — № 7. — С. 43–56.
7. Вавилина, А.В. Корпоративная социальная ответственность как элемент бизнес-стратегии компании / А.В. Вавилина, Т.В. Комарова, И.Р. Валенси, Р.С. Райхер // Лидерство и менеджмент. — 2019. — Том 6. — № 4. — С. 425–436.
8. Global RepTrak® 100 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ri.reptrak.com/2022-global-reptrak>. — Дата доступа: 11.06.2022.
9. Названы лучшие работодатели по версии Top Employers [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.b-soc.ru/29369-2/>. — Дата доступа: 11.06.2022.
10. Инструменты КСО [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://vc.ru/ortacomunications/110889-instrumenty-kso>. — Дата доступа: 11.06.2022.
11. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sellwin.by/karera/korporativnoe/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost/>. — Дата доступа: 11.09.2022.
12. Инструменты корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://csrjournal.com/instrumenty-korporativnoj-socialnoj-otvetstvennosti>. — Дата доступа: 12.06.2022.
13. Медведева, Е.М. Социальная ответственность бизнеса — часть стратегии развития корпорации / Е.М. Медведева, Р.Р. Хабибрахманова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2020. — № 1 (91). — С. 12–15.
14. Национальная стратегия устойчивого развития Республики Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/NSUR-2035-1.pdf>. — Дата доступа: 13.06.2022.
15. Орлова, А.В. Женское предпринимательство в зарубежных странах: генезис и основные тренды / А.В. Орлова; под науч. ред. Б.В. Сорвинова. — Минск: Право и экономика, 2021. — 258 с.

Статья поступила в редколлегию: 29.06.2022 г.