

инициатив или обладающих значительным потенциалом кластеризации.

#### Список литературы

1. Об утверждении Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь и мероприятий по ее реализации: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16 января 2014 г. № 27 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. – 23.01.2014. – 5/38322.

2. Ketels, C. Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies / Christian Ketels, Goran Lindqvist, Orjan Solvell // Cluster Observatory [Electronic resource]. – Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm, may 2006. – Mode of access: <http://www.clusterobservatory.eu>. – Date of access: 12.10.2015.

УДК 338.242

### **АРГУМЕНТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В БИЗНЕСЕ**

Боброва Е.Ф., канд. экон. наук, доцент кафедры «Менеджмент»,  
ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»,  
г. Ставрополь, Россия

В исследованиях, посвященных вопросам социальной ответственности, можно встретить противоположные мнения относительно того, нужно ли возлагать на компании груз социальной ответственности. В современном бизнес-обществе распространено мнение, что компании, особенно это касается крупных корпораций, имеют необходимые финансовые, трудовые ресурсы для реализации социальных программ. Но это не значит, что эти компании склонны проводить социально-ответственную политику.

Аргументы «за» введение социальной ответственности в бизнес:

1. Ожидание в долгосрочной перспективе более высокой прибыльности бизнеса. Инвестиции в деловую репутацию социально ответственной компании – это ее имидж. В современном развитом мире, при других равных условиях люди скорее пойдут

работать в социально ответственную компанию; купят у нее товары, услуги и акции. Деловые партнеры и поставщики тоже будут заинтересованы в сотрудничестве именно с той фирмой, у которой высокая деловая репутация. Пусть и в долгосрочной перспективе, но когда заинтересованные группы убедятся в ответственном поведении компании, ее доходы вероятно возрастут.

## 2. Создание активной среды для ведения бизнеса.

Социально ответственным компаниям проще расширить деловую деятельность в благожелательной внешней среде, а не во враждебной.

## 3. Расположение со стороны государства.

Компании, которые ведут бизнес как социально ответственные субъекты, имеют меньше претензий со стороны органов государственного регулирования, но и определенные блага, такие, как участие в выполнении госзаказов.

## 4. Взаимосвязь власти и ответственности за нее.

В перспективе безответственное использование своей власти с точки зрения общества ведет к неминуемой потере такой власти.

## 5. Предотвращение возможных трудностей в будущем.

Социально ответственное поведение предприятия может помочь ей идти впереди других компаний. В случае изменения законодательства в сторону более жестких стандартов качества, норм загрязнения окружающей среды, правил рекламной деятельности социально ответственная компания будет лучше подготовлена к внедрению, чем конкуренты, что даст им определенное преимущество.

## 6. Чувство «сопричастности» к социальной политике у сотрудников компании.

Осознание сотрудниками компании принадлежности к социально ответственной деятельности приводит к созданию благоприятного климата в коллективе, дополнительному мотивированию труда [1, с. 67].

Аргументы «против» введения социальной ответственности в бизнес:

### 1. Нарушение правила максимизации прибыли.

Суть такого аргумента состоит в направлении определенной части прибыли на социальные цели, что уменьшает ее объем,

нарушается в итоге принцип максимизации прибыли, являющийся основополагающим для бизнеса.

2. Рост издержек производства.

Социальная нагрузка на цену товара или услуги достаточно мала, рост издержек за счет этого фактора преувеличен.

3. Недостаточная эффективность системы социальной отчетности.

Финансовая отчетность компании всегда являлась объектом внешнего и внутреннего аудита. Этический или социальный аудит же стал развиваться недавно, даже в западных корпорациях опыта накоплено еще не так много, чтобы сформировать более четкую систему, учитывающую все доходы и расходы в этой сфере.

4. Трудность выбора приоритетного направления КСО.

Например, цена на продукцию компании снизится, что обрадует потребителей, но вряд ли понравится ее акционерам, если их дивиденды снизятся. Или установка дополнительного природоохранного оборудования положительно повлияет на состояние окружающей среды и здоровье населения региона, но увеличит стоимость производства и цену на товары и услуги.

5. Ответственность за принятые решения в области социальной ответственности.

В крупных организациях такие вопросы могут решать менеджеры высшего и среднего уровня управления, а в семейных фирмах – владельцы.

6. Сложность всегда следовать стандартам «высокой» этики бизнеса.

Общественность привыкает к социально ответственной модели поведения какой-либо компании и остро реагирует на снижение достигнутой этической планки.

7. «Этическая гонка».

Общественные ожидания поднимаются, чтобы не отставать от конкурентов, надо применять даже более эффективные средства получения расположения государства, клиентов, спонсоров и других сторон бизнес-процесса [2, с. 234].

## Список литературы

1. Агапов, А.Б. Корпоративная социальная ответственность : учебник / А.Б. Агапов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2012. – 435 с. – Гриф: Доп. МО. – ISBN 978-5-9916-1550-1
2. Бочарова, И.Ю. Корпоративное управление : учебник / И.Ю. Бочарова. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 368 с. – (Высшее образование). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр.: с. 358-366. – ISBN 978-5-16-004827-7

УДК 330.82

### **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЛИБЕРАЛИЗМ: КЛАССИКА И РАЗВИТИЕ**

Божанов В.А., д-р ист. наук, профессор, зав. кафедрой  
«История, мировая и отечественная культура»

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Концепт «экономический либерализм», «либеральная экономика» является разновидностью либерализма как общественно-политической мысли. Либерализм появился в Европе как продукт Просвещения и как альтернатива протекционизму в экономике. Либералы считали, что преимущества одних по отношению к другим не должны определяться наличием частной собственности у одних и ее отсутствием у других. «Социальные и экономические неравенства должны быть организованы таким образом, что они одновременно (а) ведут к наибольшей выгоде наименее преуспевающих, в соответствии с принципом справедливых сбережений» [2, с. 267]. Речь шла о развертывании способностей и сил человека, удалив «все препятствия для получения индивидуальной выгоды, что позволит породить совершенное – или по крайней мере лучшее – общество» [Цит. по: 1, с. 145].

Либерализм ассоциируется с идеей частной собственности в качестве необходимого условия индивидуальной свободы; принципами свободного рынка и свободного предпринимательства,