

Социальные ориентиры предпринимательской деятельности в современных условиях

Научный руководитель – Юрасова Мария Владимировна

Александрова Александра Андреевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: Sasha18062002@mail.ru

В условиях глобализации и цифровой трансформации социальная ответственность бизнеса становится ключевым фактором успеха. Современные потребители, инвесторы и общество в целом ожидают от компаний не только экономической эффективности, но и активного участия в решении социальных и экологических проблем. Социальные ориентиры предпринимательства способствуют формированию устойчивых бизнес-моделей, которые учитывают интересы всех стейкхолдеров.

Социальные ориентиры предпринимательства включают в себя такие аспекты, как корпоративная социальная ответственность (КСО), устойчивое развитие, экологическая ответственность и социальное партнерство. Эти концепции активно разрабатываются в трудах П. Друкера[1], М. Фридмена[2], Ф.Котлера [3] и других исследователей. В современных условиях социальные ориентиры становятся неотъемлемой частью стратегического управления компаниями.

В 2023 году наблюдается рост числа компаний, внедряющих принципы устойчивого развития и социальной ответственности. Согласно исследованию McKinsey[4], 70% потребителей готовы платить больше за продукцию компаний, которые демонстрируют социальную и экологическую ответственность. В России также наблюдается увеличение числа социальных предприятий, особенно в сферах образования, здравоохранения и экологии.

На формирование социальных ориентиров влияют следующие факторы:

- Регуляторные требования: ужесточение экологических стандартов и законодательства в области КСО.

- Общественные ожидания и рост осознанности потребителей, их требований к прозрачности бизнеса.

- Компании, внедряющие социальные инициативы, получают конкурентное преимущество.

- Цифровизация: использование технологий для повышения прозрачности и вовлеченности в социальные проекты.

Исследования показывают, что компании, активно внедряющие социальные инициативы, демонстрируют более высокую лояльность клиентов и улучшение репутации. Например, по данным PwC, 83% сотрудников предпочитают работать в компаниях с сильной социальной миссией. Кроме того, социально ответственные компании привлекают больше инвестиций, так как инвесторы все чаще учитывают ESG-факторы (Environmental, Social, Governance).

В исследовательской работе были выделены рекомендации для российского бизнеса для повышения лояльности потребителей и сотрудников, например:

- Интегрировать социальные аспекты в бизнес-стратегию (разрабатывать долгосрочные программы КСО и устойчивого развития);

- Регулярно публиковать отчеты о социальных и экологических инициативах;

- Вовлекать сотрудников и стейкхолдеров (создание программ, направленных на участие сотрудников и местных сообществ в социальных проектах);
- Использовать цифровых технологии (внедрение платформ для мониторинга и оценки социального воздействия).

Социальные ориентиры предпринимательской деятельности становятся важным инструментом для достижения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности компаний. Внедрение социальных инициатив не только способствует улучшению репутации и лояльности клиентов, но и создает долгосрочные преимущества для бизнеса и общества в целом.

Источники и литература

- 1) Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. М.: Фаир-Пресс, 2003.
- 2) Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // New York Times, 1970.
- 3) Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность: Как делать добро и получать от этого пользу. М.: Вильямс, 2004.
- 4) McKinsey & Company. The State of Corporate Sustainability 2023