

путь. — URL: <https://www.nbrb.by/finsector/forexhedging/Sidorenko-osnovi-hedzirovaniya.pdf?ysclid=m3f0jyuj5w379468850> (дата обращения: 13.11.2024).

2. *Комлацкая, А. Р.* Валютные риски и методы их страхования / А. Р. Комлацкая, Е. И. Васильченко // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/valyutnye-riski-i-metody-ih-strahovaniya/vie-> (дата обращения: 13.11.2024).

СНИЛ «Гандаль»

П. А. Окулич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТРАТЕГИЮ

Корпоративная социальная ответственность — концепция, согласно которой организации учитывают интересы общества и окружающей среды в своей деятельности и принимают на себя обязательства по улучшению социального, экономического и экологического состояния. Она включает в себя следующие направления: активная социальная политика в сфере развития персонала (справедливая заработная плата, возможности профессионального роста, обучения и развития, социальные пакеты, обеспечение комфортными рабочими местами, соблюдение внутрикорпоративной этики); этическое рыночное поведение (участие в развитии рынка, этичность конкуренции и рекламы, например рекламные акции с вовлечением организации в благотворительность); активная социальная позиция (акции в поддержку культуры, науки, социальных групп и проектов); защита окружающей среды; частно-государственное партнерство; благотворительные пожертвования и спонсорская помощь; денежные гранты и т.д. [1].

Внедрение корпоративной социальной ответственности в деловую практику дает устойчивые конкурентные преимущества: улучшение имиджа организации, рост репутации приводят к позитивным финансовым последствиям; повышает лояльность общества и органов власти; снижает репутационные риски и риски конъюнктурных или стратегических ошибок, позволяет избежать опасных для бизнеса конфликтных решений; является мощным инструментом корпоративного строительства, сплачивает коллектив организации, повышает лояльность и заинтересованность персонала; повышает инвестиционную привлекательность корпорации; развитие человеческих ресурсов позволяет избежать текучести кадров и привлекать лучших специалистов на рынке труда [2].

Так, одна из ведущих сетей кофеен «Старбакс» с 1998 г. поддерживает некоммерческую организацию Conservation International, выступающую за устойчивые технологии в сельском хозяйстве, защиту биоразнообразия, через изменение подходов к производству кофе. Результатами программы стало увеличение на 60 % доходов фермеров, выращивающих кофе по новой технологии, и на 220 % — числа кофейных плантаций, расположенных в зоне тропических лесов, без нанесения повреждений окружающей среде.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность становится все более важным аспектом для бизнеса, так как потребители и инвесторы все чаще обращают внимание на социальные и экологические практики компаний. Это может привести к улучшению репутации, повышению лояльности клиентов и в конечном итоге к финансовым выгодам.

Источники

1. Корпоративная социальная ответственность // SELLWIN. — URL: <https://sellwin.by/karera/korporativnoe/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost/> (дата обращения: 21.11.2024).

2. Елецких, Т. Корпоративная социальная ответственность / Т. Елецких // Банкаўскі веснік. — 2009. — № 7 (444). — С. 48–50. — URL: <https://www.nbrb.by/bv/pdf/articles/1569.pdf> (дата обращения: 21.11.2024).

СНИЛ «Гандаль»

П. А. Окулич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Р. П. Валевич, канд. экон. наук, профессор

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВЫХ ФОРМАТОВ

Формат торговли — совокупность характеристик предприятия розничной торговли, определяющих рыночную позицию магазина (ассортимент товаров, размер торговой площади, формы и методы обслуживания потребителей). Эффективность торговых форматов подразумевает оценку того, насколько успешно различные форматы торговли (например, супермаркеты, гипермаркеты, интернет-магазины, специализированные магазины и т.д.) выполняют свои функции по продаже товаров и услуг и содействуют росту продаж и финансовых активов. Оценка эффективности построения структуры организации может включать в себя несколько аспектов:

- расчет финансовых показателей: выручка (общая выручка, выручка на квадратный метр или выручка на одного покупателя), при-