

Для привлечения финансирования такого проекта может служить краудфандинг. Успешные примеры такого способа финансирования имеются в Европе (множество магазинов) и России (1 магазин без упаковки) [2]. Также в Минске этот способ использовали для приглашения на лекцию известной американской эко-активистки — Беа Джонсон, что демонстрирует заинтересованность населения в переходе к более экологичному образу жизни.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие формата магазинов без упаковки на сегодняшний день довольно популярно в мире: как в Европе, так и среди населения нашей страны и ближайших стран-соседей.

Источники

1. *Котлякова, А.* Как работает магазин, где все товары без упаковки [Электронный ресурс] / А. Котлякова // The Village — интернет-газета. — Режим доступа: <https://www.the-village.ru/village/city/new-one/319169-magazin-bez-othodov>.

2. Проект магазина «без упаковки» [Электронный ресурс] // Boomstarter. — Режим доступа: https://boomstarter.ru/projects/920767/magazin_zero_waste_shop_vse_produkty_v_svoyu_taru.

2-е место по итогам работы секции

В.В. Буйда

БГЭУ (Минск)

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

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ТОРГОВОМ БИЗНЕСЕ

Розничная торговля в настоящее время является достаточно значимой в социальном плане сферой, это выражается через удовлетворение потребностей населения путем предоставления широкого ассортимента качественных товаров, обеспечение занятости населения, а также формирование государственного бюджета. Включение стран и субъектов в реализацию политики социальной ответственности позволяет им получить дополнительные выгоды. Социально ответственное поведение в бизнесе приводит к сокращению операционных расходов, привлечению инвесторов и потребителей, что способствует увеличению объемов деятельности и ее эффективности. В конечном счете социальная ответственность становится дополнительным конкурентным преимуществом организации.

Социальную ответственность можно определить как: определенный уровень добровольного отзыва на социальные проблемы общества со стороны организации; добровольный вклад бизнеса в разви-

тие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума. Наиболее точно суть социальной ответственности определяет следующее толкование: это добровольный и осозанный отзыв организации на социальные проблемы общества, на собственный персонал, потребителей и организаций, совместно с которыми осуществляется та или иная деятельность, построенный на ценностях, ориентированных на поддержание экологического баланса окружающей среды, обеспечение продовольственной безопасности населения, обеспечение высоких стандартов условий работы для сотрудников [1].

В 2000 г. было заключено международное соглашение о социальной ответственности между ООН и представителями бизнеса из разных стран. Сегодня это наиболее многочисленная международная сеть социально-ответственных предприятий и организаций, объединяющая более 12 000 организаций из 170 стран. Для того, чтобы компания считалась присоединившейся к Глобальному договору ООН, достаточно ежегодно посылать в ООН подтверждение своего желания такого присоединения.

Выделяют более десятка направлений реализации социальных функций бизнеса, являющихся источниками современных социально-трудовых отношений. Приоритетными среди них являются: поддержка системы образования и подготовки кадров, системы здравоохранения, других сфер социальных услуг; поддержка различного рода инициатив по финансированию конкретных социальных проектов муниципальных властей и организаций гражданского общества. Ярким примером предприятия, которое реализует принципы корпоративной социальной ответственности, прилагая сосредоточенные усилия по развитию и поддержке благотворительных проектов и инициатив в сфере развития молодежи, в области культуры и образования, сохранения и защиты окружающей среды в нашей стране, является предприятие «Кока-Кола Бевриджиз». При этом предприятие считается самым большим в Европе и вторым по величине в мире bottлером «The Coca-Cola Company».

Таким образом, правильно организованная активная работа торговой организации в области корпоративной социальной ответственности в целом положительно воспринимается покупателями, способствует формированию устойчивой репутации и обеспечивает ей выдержку конкурентоспособности на рынке и дополнительные экономические выгоды.

Источник

1. Качкинова, Ч.Д. Реализация концепции социальной ответственности в бизнес-среде Республики Алтай // Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф. (Пермь, декабрь, 2012). — Пермь : Меркурий, 2012. — С. 10–14.