

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

**Матвеев Д. А., студент-магистр 1 курса инженерно-экономического
факультета**

**Научный руководитель – Рыбкина М. В., кандидат экономических наук,
доцент
ФГБОУ ВО УАГТУ**

***Ключевые слова:** социальная ответственность, предприятие, бизнес, корпоративная социальная ответственность.*

Работа посвящена анализу корпоративной социальной ответственности. Подчеркнута роль бизнеса, который берет на себя разного рода социальные обязательства, всегда показывает более высокие результаты в своей работе.

Актуальность проблем корпоративной социальной ответственности обусловлена как высокой степенью хозяйственного развития ведущих стран мира, так и усилением роли нематериальных факторов экономического роста[1].

Внимание к развитию социальных функций предпринимательского сообщества в России объясняется пересмотром традиционных взглядов на концепцию социальной политики в сторону расширения круга ее субъектов и значительного сокращения вмешательства государства в решение многих социально-экономических проблем [2, с. 118].

Концепция социальной ответственности в последнее десятилетие активно развивает свое влияние как в деловой сфере, так и в прикладных академических областях, среди которых — стратегический менеджмент, экономическая социодинамика, организационное поведение, управление конкурентоспособностью и ряд других.

Практика показывает, что бизнес, который берет на себя разного рода социальные обязательства, всегда показывает более высокие результаты в

своей работе. Вкладывая инвестиции в социальную сферу, бизнес организации обеспечивают себе успешное продвижение.

Без формирования должного имиджа у общественности, потенциал роста будет ограничен. В этом случае речь идет о социальной ответственности, которая в свою очередь нужна чтобы связать бизнес как можно с большим количеством видов общественно полезной деятельности. Реализация КСО базируется на том, что бизнес получая средства от выполнения работ, услуг, а также проведения продаж или инвестирования вынужден поддерживать обратную связь с населением, решая его проблемы по мере собственных возможностей.

Дело в том, что бизнес может монополизировать некоторую область отношений, например, построить шлагбаум на дороге, которая важна для жителей региона, при этом их средства будут уходить на то, чтобы преодолеть это препятствие, однако в данном случае бизнес будет нести общественную угрозу, в определенной мере производство и сбыт табачной продукции без КСО может быть признан преступным.

В ЕС, КСО расценивается как «концепция интеграции заботы о социальном и экологическом развитии в бизнес-операциях компаний во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой», что предполагает выделение группы ключевых переменных. они даны на рисунке 1.1.



Рисунок 1.2 – Семь ключевых аспектов корпоративной социальной ответственности

Бизнес, особенно средний и крупный не имеет морального права идти на всё ради выгоды. Для государства наличие компаний, ориентированных на КСО удобно, так как именно они берут на себя часть бремени бюджета.

В силу особенностей, КСО может быть таргетировано на определенные процессы или отдельно взятые группы окружения и никак не помогать обществу. Собственники компании ведут прагматичную политику, они понимают, что если у работников высока заболеваемость, то целесообразно инвестировать в укрепления их здоровья или программы по улучшению физической формы. Ведь частая смена персонала может быть слишком тяжела для корпоративного бюджета, к тому же фирмы с высокой текучестью кадров имеют негативную репутацию. При этом бизнес сегментирует представителей делового окружения, в отношении которых целесообразно применение КСО по набору следующим признаков: правовых, экономических и др.. То есть подобно тому, как составляется программа по наиболее эффективному использованию ограниченных ресурсов, также и менеджмент имея на руках КСО-ресурс направляет его на удовлетворение нужд, которые зачастую противоречат друг другу. Весь бизнес состоит из связанных структур, которые постоянно перетягивают одеяло на себя, стремясь достичь ключевых показателей КРІ, заработав себе на премию. Или же если в сферу попадает население, то руководство компании оценивает как «выгоднее с ним договориться».

Экономическая ответственность – это базис, так как по ней оценивается скорость выработки полезных ископаемых, либо изымания средств у населения или других компаний за товары или услуги. Экономическая ответственность позволяет рассчитывать на прибыль. Правовая переменная КСО определяет правила игры, при этом их выполнение и маневрирование дает возможность рассчитывать на хорошую деловую репутацию.

Этическая переменная КСО отражает свод моральных норм, которые, не входя в противоречие с правовыми переменными, также определяют репутацию и деловой такт компании как партнера. Филантропическая переменная КСО предполагает удовлетворение нужд

окружения бизнеса в благотворительности поддержке социальных проектов и программ.

Бизнес опосредует циркуляцию денег в системе. Компании являются носителями рабочих мест, заполняя которые они повышают уровень занятости, расходов по оплате труда и тем обязательствам, которые осуществляются перед внебюджетными фондами.

В идеале КСО – это трехстороннее соглашение между бизнесом, государством и населением. Целью партнерства которых является максимизация общественной пользы.

Выделяют три уровня социальной ответственности бизнеса. Требования базового уровня КСО кроется в добропорядочном исполнении ключевых обязательств перед лицом общества и государства в законодательном порядке и predetermined нормами, которые неукоснительно соблюдаются, а в противном случае возможна ответственность (за задержки или не выплату заработной платы, за нарушение норм трудового законодательства, за не уплату налогов, за нарушение критериев, указанных в стандартах качества). Тот бизнес, что нарушает базовый уровень является незаконным или теневым и он никак не отвечает базовым принципам КСО.

Библиографический список:

1. Джумакулиева, А. Э. Корпоративная социальная ответственность / А. Э. Джумакулиева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 18 (122). — С. 242-243. — URL: <https://moluch.ru/archive/122/33639/> (дата обращения: 27.04.2021).
2. Киварина, М. В. Корпоративная социальная ответственность / М. В. Киварина // Экономический журнал. - 2011. — № 23. — С.116–121.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Matveev D. A.

Keywords: *social responsibility, enterprise, business, corporate social responsibility.*

The paper is devoted to the analysis of corporate social responsibility. The role of business, which takes on various social obligations, always shows better results in its work, is emphasized.