

Лю Гуантао

Докторантура ДВА «Деловое администрирование»

Университет Narxoz

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА

Социальная ответственность – это правило, согласно с которым компания принимает во внимание интересы общества, принимая ответственность за воздействие ее деятельности на другие организации и иные заинтересованные лица общественной области.

Изучая научную литературу, мы можем предположить о том, что существуют различные трактовки социальной ответственности бизнеса. Социальная ответственность – выполнение предприятием законодательно установленных и добровольно принятых социальных обязательств по отношению к персоналу, развитию социально-трудовой сферы предприятия и социальной сферы общества, местного сообщества, на территории которого оно осуществляет свою основную деятельность, или социальная ответственность как базовая ценность в обществе и как инструмент решения совокупности социально-экономических задач [1].

Из представленных выше определений понятия «социальная ответственность», мы можем сделать вывод, что данные определения схожи в следующих аспектах:

- устойчивое развитие общества является одной из первостепенных задач развития корпоративной социальной ответственности;
- корпоративная социальная ответственность должна учитывать интересы всех заинтересованных сторон, как внешних, так и внутренних, способствуя повышению качества жизни;

- необходима интеграция корпоративной социальной ответственности в стратегию развития компании;

- соблюдение принципов КСО способствует ее более эффективному развитию, повышению безопасности и устойчивости бизнеса, улучшению финансовых результатов.

Сравнив определения корпоративной социальной ответственности, можем дать свое толкование КСО. По нашему мнению, корпоративная социальная ответственность – это интеграция принципов КСО в практическую деятельность (бизнес-процессы), с учетом ожиданий внутренних и внешних стейкхолдеров, с целью повышения положительного влияния на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения отрицательного воздействия, нефинансовых рисков и, в конечном итоге, для увеличения прибыли для акционеров.

По нашему же мнению, чтобы ни понималось под корпоративной социальной ответственностью, это не благотворительность и не развитие связей с общественностью. Смысл социальной ответственности – в осознанной заинтересованности бизнеса приносить пользу обществу в целом.

Изучая точку зрения Шарипова И.М., мы также можем согласиться с тем, что корпоративная социальная ответственность – добровольный вклад организации в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью организации и осуществляемый преимущественно дополнительно по отношению к требованиям законодательства [2].

Также нам бы хотелось отметить, что корпоративная социальная ответственность содержит в себе реализацию интересов компании (корпорации) посредством обеспечения развития её коллектива и участия компании в развитии общества.

По позиции Ивановой Е.В.: «Корпоративная социальная ответственность – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на

заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы».

По словам Тажибаева С.Б.: «Несмотря на то, что практика КСО начиналась с корпораций, можно говорить, что любая коммерческая организация (в данном контексте термины «фирма», «предприятие», «корпорация» могут употребляться в качестве синонимов) должна проявлять свою «социальную ответственность» перед обществом. Соответственно, термин «корпоративная социальная ответственность» может быть отнесен не только к крупному, но среднему или малому бизнесу».

Масленников В.В. в своей книге «Корпоративное управление» подчеркивает, что корпоративная социальная ответственность (КСО) имеет множество преимуществ, которые могут применяться к любому бизнесу, независимо от его размера или сектора.

Докажем гипотезу исследования, которая представлена во введении: корпоративная социальная ответственность оказывает влияние на эффективность работы предприятия и влияет на его стабильное развитие.

Принципы социальной ответственности повышают эффективность деятельности любого предприятия, способствуют формированию конкурентных преимуществ, устойчивому развитию в результате объединения концепции корпоративной социальной ответственности в стратегию развития предприятия. Так как предприятие, которое следует правилам социальной ответственности, показывает клиенту и обществу в целом, что оно не только может осуществлять коммерческую деятельность, но и также готово нести ответственность за свою работу перед экологией, государством и обществом.

Поддерживая точку зрения Набиева В.З., выделим, что КСО фирмы – максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают как участников бизнеса, так и общество в целом [10].

Мишурова И.В. рассматривая экономию затрат подчеркивает, что сокращая потребление ресурсов и выбросов, можно помочь окружающей среде.

С помощью нескольких простых шагов компания сможет снизить свои коммунальные платежи и добиться экономии для своего бизнеса [3].

КСО является предметом многочисленных дискуссий среди ученых, представителей бизнеса и рядовых потребителей.

Мы можем сделать вывод, что сторонники КСО утверждают об экономической эффективности. Организации приобретают ряд конкурентных преимуществ от того, что реализуют более значимые стратегические установки, чем извлечение максимальной прибыли в краткосрочной перспективе.

Противники КСО утверждают, что данная концепция вводит в заблуждение бизнес и потребителей, подменяя роль бизнеса и основные цели экономического роста, получения прибыли, и подменяет фундаментальную экономическую роль бизнеса, при этом считая КСО средством приукрашивания реалий; другие выдвигают тезис о том, что это попытка подменить роль государственных органов в качестве общественного контроля крупных корпораций.

Мы можем предположить о том, что на пути становления концепции КСО всегда появлялись спорные моменты по вопросам реализации социальной ответственности, всегда находились как сторонники, так и противники КСО.

Рассмотрим точку зрения Оразалина М.А.: «Организация, построенная на принципах социальной ответственности, информирована о своем социальном и экологическом воздействии и, в результате этого хорошо подготовлена к использованию возможностей роста и инвестиций».

В результате этого согласимся, что стремление к экономическому прогрессу с целями устойчивого развития обеспечивает не только дорожную карту конкурентного роста, но и может укрепить позиции на рынке, трансформировать и дифференцировать организацию.

По нашему мнению, компании должны интегрировать бизнес - ценности и операции, чтобы соответствовать ожиданиям заинтересованных сторон. Они включают в себя клиентов, сотрудников, инвесторов, поставщиков, сообщество и окружающую среду.

По мнению Нургалиева А.А., концепция КСО строится на следующих принципах:

- организации должны быть мотивированны рыночными инструментами, быть прозрачными в своей деятельности перед общественностью;
- списание части стоимости готовой продукции и услуг на социальные затраты должно рассчитываться тщательно;
- направления развития социальной ответственности обозначаются общественностью. Государство должно создавать условия и быть примером социальной ответственности.

Бочарова И.Ю. выявила, для компаний выгодно развивать свою социальную ответственность, так как это способствует увеличению её стоимости, а избегание социальной ответственности ограничивает экономические возможности предприятий [4].

В нашем исследовании подчеркивается, что следование принципам КСО в повседневной деятельности позволяет компаниям получать следующие конкурентные преимущества:

- привлечение компетентных и креативных сотрудников;
- управление экологическими и социальными рисками;
- улучшение делового климата и имиджа организации;
- повышение уровня доверия со стороны общественности.

Список литературы

1. Бабаева В.Д. Корпоративная социальная ответственность. - Алматы: Каржы – Каражат, 2018. – 205 с.
2. Шарипов И.М. Корпоративное управление. – Алматы: Санат, 2018. – 450 с.
3. Мишурова, И.В. Корпоративное управление: Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2019. - 528 с.
4. Бочарова, И.Ю. Корпоративное управление: Учебник. - М.: НИЦ Инфра-М, 2017. - 368 с.