

© Демкина К. А., 2018

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Успешное развитие и функционирование компании в рыночной экономике требует формирования эффективной стратегии и преимуществ. Сегодня, большинство компаний все больше осознают свою ответственность перед персоналом, партнерами, государством и обществом. Присутствие либо отсутствие в деятельности компании концепции корпоративной социальной ответственности имеет непосредственное воздействие на ее конкурентные преимущества. В статье рассматривается влияние корпоративной социальной ответственности бизнеса на повышение конкурентоспособности компаний.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, бизнес, конкурентоспособность, эффективность деятельности, устойчивое развитие

**В** условиях обострения конкуренции на рынке, компаниям приходится постоянно совершенствовать формы ведения бизнеса и ежедневно искать новые эффективные инструменты управления с целью обеспечения результативности своей деятельности и опережения своих конкурентов.

Одним из таких инструментов становится корпоративная социальная ответственность (далее — КСО), которая является важной составляющей как устойчивого развития бизнеса, так, и всего человечества [4].

Корпоративная социальная ответственность — это активно изменяющаяся деятельность компании, направленная на реализацию значимых социальных программ, способствующих развитию компании и общества в целом [5]. Ее результаты улучшают имидж компании, увеличивают количество деловых связей с государством, партнерами по бизнесу, сообществами и организациями.

Существует достаточно большое количество подходов к пониманию КСО, однако, общим для них остается тезис о достижении целей устойчивого развития общества [3], т.е. удовлетворение потребностей нынешнего поколения, без создания угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений.

В рамках КСО принято выделять внутреннюю и внешнюю ответственность.

Внутренняя корпоративная социальная ответственность — это ответственность внутри компании, которая направлена на развитие сотрудников и корпоративной культуры.

Внутренняя социальная ответственность включает:

- безопасные условия труда;
- стабильную заработную плату и поддержание ее социально значимого уровня;
- медицинское страхование работников;
- развитие сотрудников через курсы повышения квалификации;
- оказание помощи персоналу в критических ситуациях .

Внешняя социальная ответственность проявляется уже за пределами компании. Это ответственность перед потребителями, органами власти, общественными организациями, населением и т.д.

К внешней социальной ответственности относят:

- спонсорство и благотворительность;
- способствование охране окружающей среды;
- связь с местной властью;
- ответственность перед потребителями [2].

КСО это один из инструментов саморазвития компании, а также способ построения продуктивного диалога с различными секторами общества. Вложение инвестиций в социально значимые программы формирует фундамент для получения прибыли компании в будущем. Ведь стратегия любой компании в долгосрочной перспективе ориентирована на получение максимального финансового результата. Компании, которые в своей деятельности руководствуются принципами корпоративной социальной ответственности наиболее эффективны, чем компании, не использующие данный инструмент.

Учеными Гарвардской школы бизнеса было проведено масштабное исследование, в ходе которого было выявлено, что у компаний, реализующих в своей деятельности социально значимые программы, значительно выше все существенные показатели компании, чем у тех, кто их не использует. Согласно показателям коэффициента рентабельности активов \$1, вложенный в 1993 году в социальную деятельность, принес к 2010 году \$7. В то время как \$1, вложенный в компанию без социальной программы, принес всего \$4 [1]. Из этого следует, что КСО оказывает значительное влияние на развитие компании и ее устойчивое функционирование.

Все компании в своей деятельности ежедневно сталкиваются с конкурентной борьбой. В ходе такого противостояния им приходится использовать различные инструменты и ресурсы. Показатели компании, которые создают для нее

определенное преобладание над конкурентами, называют конкурентными преимуществами. Они являются частью корпоративного стиля компании и являются одним из способов противостояния конкурентам.

Инвестиции компаний, направляемые на корпоративную социальную ответственность, это своего рода стратегические вложения компаний, которые в будущем могут стать мощным экономическим рычагом.

Внедрение и соблюдение принципов КСО в деятельности компаний является как социально, так и экономически обоснованной необходимостью, что позволяет достигнуть следующих результатов:

Улучшение репутации компании.

Репутация обусловлена такими нематериальными активами, как надежность, доверие, качество, добропорядочные отношения и прозрачность. В результате реализации социально значимых программ к компаниям существенно повышается доверие и формирование положительного мнения среди целевой аудитории потребителей, структур власти и широкой общественности.

Укрепляются деловые отношения с партнерами по бизнесу.

Все чаще деловые отношения строятся на долговременной основе с социально успешными компаниями. Также, происходит расширение возможностей заключения более выгодных контрактов с партнёрами и поставщиками.

Повышение возможности привлечения и удержания квалифицированных кадров в условиях их острого дефицита.

КСО является важным фактором мотивации сотрудников и привлечения высококвалифицированных специалистов. Здесь наибольшую роль играет внутренняя КСО. В результате ее реализации происходит улучшение человеческих отношений и производительности работников, значительно возрастает уровень компетентности и профессионализма сотрудников компании, повышается производительность труда.

Формирование вокруг предприятия зоны социального благополучия.

Социальные проекты все больше привлекают внимание средств массовой информации.

Правильно выстроенная стратегия по реализации таких проектов и освещение их в СМИ, могут выступить как достаточно весомая поддержка бизнеса и принести больший экономический и коммуникационный эффект, чем та же реклама.

5. Увеличение лояльности существующих и привлечение новых клиентов.

Компании, которые воспринимаются как социально ответственные, все чаще становятся компаниями потребительского выбора, в связи с чем получают конкурентные преимущества на рынке по сравнению с другими компаниями.

Подводя итог, следует сказать, что КСО является действенным инструментом, который помогает компании выстраивать прочные отношения с потребителями, привлекать лучшие кадры, рассчитывать на государственную поддержку, повышать уровень своей финансовой устойчивости.

В большинстве российских компаний вопросы КСО находятся только на начальной стадии развития. Это связано с рядом причин:

Многие компании еще не в достаточной мере осознали положительные эффекты от инвестиций, вложенных в КСО для компании.

Недостаточное стимулирование КСО компаний со стороны государства.

Низкая информированность о целях и результатах деятельности компаний.

Узкое понимание задач, стоящих перед бизнесом.

В экономически развитых странах КСО является действенным и общепризнанным фактором конкуренции. Для улучшения практики КСО компаний в России необходимо заимствовать опыт передовых компаний в данной области. Стоит изучить опыт экономически развитых стран и адаптировать его к своей деятельности с учетом российских реалий. ■

---

1. Беляева И. Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндаров — М.: КНОРУС, 2013. — 245 с.

2. Дынкин А. Интегрированные бизнес-группы — прорыв к модернизации страны / А. Дынкин, А. Соколов — М.: Центр исследований и статистики науки, 2001. — 172 с.

3. Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров. [Электронный ресурс] // Деловое объединение России «Ассоциация менеджеров» - URL: <http://www.amr.ru> (Дата обращения: 15.03.2018)

4. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей - URL: <http://rspp.ru/simplepage/448> (Дата обращения: 15.03.2018)

5. Формирование и реализация программ корпоративной социальной ответственности в ОАО «Группа «Илим» [Электронный ресурс] // Интернет-портал - URL: <http://nauchkor.ru/pubs/formirovanie-i-realizatsiya-programm-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-oao-gruppa-ilim> (Дата обращения: 15.03.2018)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Беляева И. Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И. Ю. Беляева, М. А. Эскиндаров — М.: КНОРУС, 2013. — 245 с.

Дынкин А. Интегрированные бизнес-группы — прорыв к модернизации страны / А. Дынкин, А.

Соколов — М.: Центр исследований и статистики науки, 2001. — 172 с.

Корпоративная ответственность перед обществом. Корпоративный социальный отчет. Рекомендации Ассоциации менеджеров. [Электронный ресурс]// Деловое объединение России «Ассоциация менеджеров» - URL: <http://www.amr.ru> (Дата обращения: 15.03.2018)

Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей -URL: <http://rspp.ru/simplepage/448> (Дата обращения: 15.03.2018)

Формирование и реализация программ корпоративной социальной ответственности в ОАО «Группа «Илим» [Электронный ресурс] // Интернет-портал -URL: [http://nauchkor.ru/pubs/formirovanie-i-realizatsiya-](http://nauchkor.ru/pubs/formirovanie-i-realizatsiya-programm-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-oao-gruppa-ilim)

[programm-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-oao-gruppa-ilim](http://nauchkor.ru/pubs/formirovanie-i-realizatsiya-programm-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-v-oao-gruppa-ilim) (Дата обращения: 15.03.2018)

---

## **Corporate social responsibility as a factor of competitive advantage of the company**

© **Demkina K., 2018**

Successful development and functioning of the company in a market economy requires the formation of an effective strategy and advantages. Today, most companies are increasingly aware of their responsibility to staff, partners, the state and society. The presence or absence of the concept of corporate social responsibility in the company's activity has a direct impact on its competitive advantages. The article examines the impact of corporate social responsibility of business on increasing the company's competitiveness.

*Keywords:* corporate social responsibility, business, competitiveness, effective activity, sustainable development

---