

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Белова А.И.

**Научный руководитель д-р экон. наук, проф. Бушуева И. В.
*Российский государственный университет туризма и сервиса***

Проблемы определения направления развития предприятия с учетом ресурсных ограничений, осуществления гибкого регулирования, оперативного реагирования на изменения факторов внешней среды с целью достижения конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе обуславливают развитие стратегических аспектов деятельности компании.

Разработка общей стратегии и выделение в ее составе стратегии жизнедеятельности, как самостоятельной экономической категории, обусловлена экономической нестабильностью в обществе, конкурентоспособностью на внутреннем и международных рынках, эффективностью использования ресурсов, диверсификацией деятельности предприятия, деловой активностью, финансовой устойчивостью предприятия и направлена на достижение максимального финансового эффекта в долгосрочной стратегической перспективе.

В условиях насыщенных рынков, под влиянием жесткой конкурентной среды, в которой помимо управленческой и экономической эффективности немаловажным становится реализация компанией своих интересов с учетом интересов государства и общества, следование концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) бизнеса является самым верным путем устойчивого удержания конкурентного преимущества.

Социальная ответственность бизнеса – модель стратегического поведения предприятия, направленная на обеспечение и поддержание устойчивого развития компании, государства и общества в экономической, природоохранной и социальных сферах.

В разные годы предлагалось много определений социальной ответственности, однако после выхода в 2010 г. Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» большинство экспертов сошлись во мнении, что определение, которое дает именно этот стандарт, является на сегодня наиболее точным и полным:

«социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации». [2]

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер (табл.1)[1]

Проведение бизнесом социально ориентированной политики создает благоприятную социальную среду для своего развития.

Таблица 1 – Основные направления КСО

Внутренняя социальная ответственность	Внешняя социальная ответственность
Безопасность труда	Спонсорство и корпоративная благотворительность
Стабильность заработной платы	Содействие охране окружающей среды
Поддержание социально значимой заработной платы	Взаимодействие с местным сообществом и местной властью
Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	Готовность участвовать в кризисных ситуациях
Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации	Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)
Оказание помощи работникам в критических ситуациях	

Источник: Программа развития ООН (ПРООН)

Практическая значимость активного участия в финансировании экономической, природоохранной и социальной сфер компании проявляется в ряде преимуществ: укреплении деловой репутации, повышению прозрачности компании, увеличению инвестиционной привлекательности, росту рентабельности, сохранение социальной стабильности в обществе в целом.

За последние 20 лет было проведено более 100 исследований в попытках найти ответ на вопрос получает ли финансовую выгоду компания от социальной деятельности.

В соответствии с результатами масштабного исследования, проведенного учеными Гарвардской школы бизнеса: организации, применяющие социальные программы, выигрывают по всем значимым показателям перед компаниями, у которых таких программ нет. Согласно показателям коэффициента рентабельности активов (ROA), \$ 1, инвестированный в 1993 году в социально ответственный бизнес, принес инвесторам \$ 7,1 к 2010 году, тогда как \$ 1, инвестированный в компанию того же сектора экономики без социальной программы, принес инвесторам к 2010 году всего \$ 4.

Сравнение по показателю рентабельность собственного капитала (ROE) также подтвердило, что социально ответственные компании более эффективны: \$ 1, вложенный такими компаниями в собственные проекты в 1993 году, конвертировался в \$ 25 к 2010 году. Тогда как рентабельность капитала компаний без социальных программ составила в среднем \$ 1 к \$ 16 (рис.1)

Валовая выручка в социально ответственных компаниях в долгосрочной перспективе оказалась на 4,8–10 % выше аналогичного показателя компаний-конкурентов, а уровень эффективности рабочей силы и вовсе побил рекорды, превысив этот показатель у менее социально активных компаний на 37,9 % (рис.2, рис.3). [3]

Таким образом, КСО - это мощный фактор реализации стратегии устойчивого развития компании.

Российская модель КСО находится в процессе становления, практически не охватывая, малый и средний бизнес, который, представляет благотворительность, как основную форму своей социальной ответственности. В то же время, государство не достаточно эффективно стимулирует экономику и социальную сферу. Поэтому в целях развития модели социальной ответственности бизнеса необходимо комплексное, согласованное участие государства.

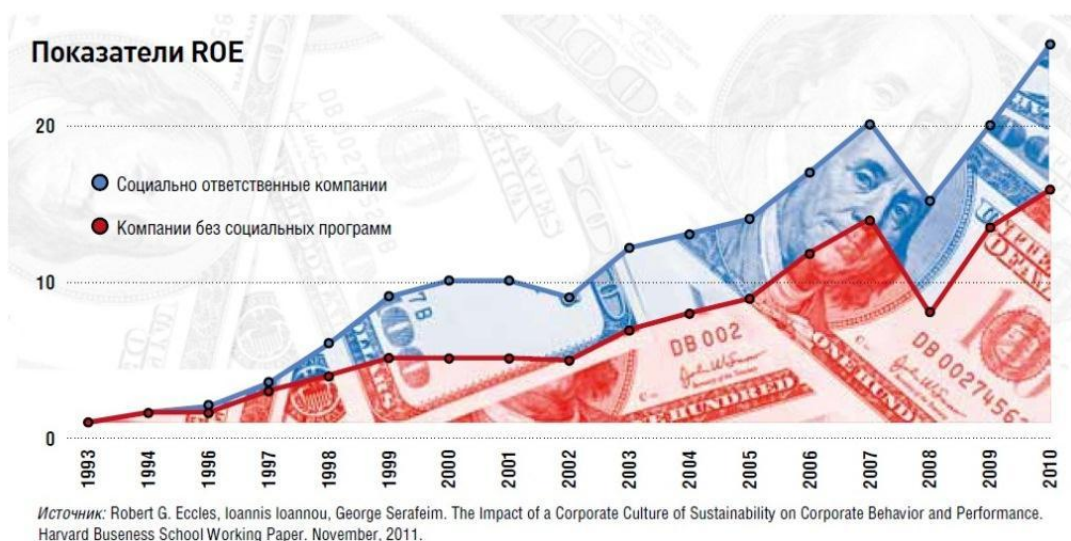


Рис.1 Показатели ROE

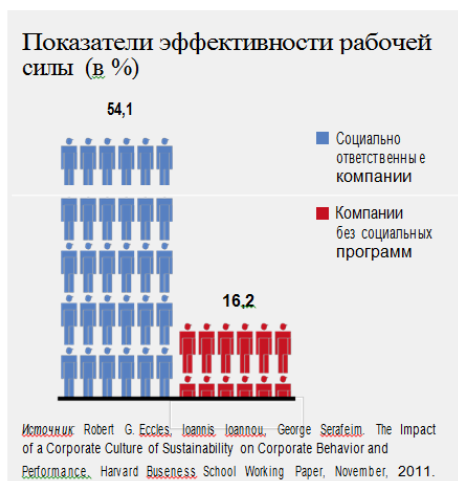


Рис.2 Показатели эффективности рабочей силы (в %)



Рис.3 Годовой прирост продаж, (в %)

Международные компании, находящиеся в России, оценили уровень российской КСО в 3,7 балла из возможных 7, тогда как в 2011 году этот показатель составлял 3,5 балла. [4]

Для того чтобы решить проблемы интеграции принципов КСО и соответствовать международным стандартам социальной ответственности, необходимо решить ряд проблем, одной из наиболее значимых, по нашему мнению, является непрозрачность российского бизнеса. Для ее решения требуется внедрение модели устойчивого развития, стратегического планирования и социально-экологической ответственности в различных формах, эффективных для организаций, в том числе

социальных, интегрированных отчетов, а также построить регулярные и эффективные взаимоотношения с властью всех уровней и обществом. Сначала КСО в России будет конкурентным преимуществом, которое позволит компаниям завоевать дополнительную долю рынка, а потом это станет нормой, нарушение которой будет приносить гораздо большие убытки, чем затраты на следование ей.

Литература:

1. Программа развития ООН (ПРООН) /[Электронный ресурс] <http://www.undp.org>
2. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»/[Электронный ресурс] <http://www.iso.org>
3. Алгоритм успеха // Денежный интерес. Влияет ли социальная деятельность бизнеса на его финансовые показатели? – 2012. - № 3(8).- с.4-5
4. Оценка иностранным бизнесом деловой среды в России Аналитический обзор. /[Электронный ресурс] <http://рспп.рф/news/view/1774>