

image not found or type unknown



Тема преимуществ корпоративной социальной ответственности для бизнеса является одной из самых обсуждаемых и противоречивых в мире. Если исходить из того количества информации указанного в различных интернет источниках, и описанных в некоторых научных статьях и монографиях, тема действительно является одной из актуальнейших.

По мнению руководителя центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности: *«Корпоративная ответственность – это основа эффективной бизнес-стратегии, которая способствует тому, чтобы бизнес развивался устойчиво, повышалась его конкурентоспособность, чтобы он был эффективным и отвечал задачам общественного развития. Такому бизнесу, который ориентирован на перспективу, на то, чтобы удерживать свои позиции, корпоративная ответственность, безусловно, важна».*[\[1\]](#)

Так как нынешний мир является окруженным всевозможными острыми социальными проблемами, роль социальной ответственности бизнеса не может быть преувеличена. Отчасти это может быть связано и с тем, что роль бизнеса в развитии общества очень возросла, но помимо того со стороны государства возросли и требования к прозрачности и открытости самого бизнеса.

Начнем с того, что одним из основных преимуществ Корпоративной социальной ответственности компании, является то, какое влияние она оказывает на потребителя. К примеру, около 70% опрошенных граждан РФ по данным Росстата, признались, что преимущество среди производителей их любимых товаров они отдадут тем компаниям, которые, так или иначе, способствуют решению социальных проблем.

Очевидным преимуществом корпоративная социальная ответственность является для бизнеса, находящимся под «присмотром» государства. Для банков, страховых компаниях и прочих представителей бизнеса находящихся в данном сегменте, вложения в КСО дает хорошие плюсы, когда, к примеру, для слияния, или введения какой-то новой программы необходимо одобрение вышестоящих органов, наличие положительных откликов социума улучшит положение компаний и пойдет ей на пользу. Другое дело, что соглашаясь играть по таким необязательным, добровольным и официально толком не гласным правилам, мы лишаем

возможности другие компании, к примеру, «новичков» на рынке, подобных возможных одобрений. Так как для введения действительно стоящей программы Корпоративной Социальной Ответственности, нужны: время, финансы и предположительный план «как мы это будем вводить», что фактически нереально для наших «новичков».

Та же история коснется и других преимуществ, например такого как выход на новые рынки. Представитель одной компании, после того как местные активисты помешали открытию супермаркетов конкурентов, отметил: *"Разница между хорошими и плохими отношениями с местным сообществом заключается в том, что в первом случае компания получает доступ к новому рынку, а во втором — она с позором изгоняется из него"*, [2]

Помимо этого, преимуществом является внутренняя «забота» об сотрудниках компании. По мнению некоторых лиц, инвестиции в персонал и инвестиции в социальную среду – важнейший фактор развития компании в развивающихся странах. *«Социально ответственная компания может рассчитывать на то, что она будет притягивать лучшие кадры, которые являются важнейшим фактором роста производительности труда»*. [3]

Есть мнение, что именно те организации, что используют Корпоративную социальную ответственность в своей деятельности, будут иметь большей вес на мировом рынке и не только.

Возможно, это так и есть, потому как продуманная и реально работающая система помогает организациям внося положительный вклад в общественное благополучие, как внутри, так и снаружи, может помочь повышаться устойчивости бизнеса.

Как известно, самое большое влияние Корпоративной Социальной Ответственности приходится на рост нематериальных активов, усиление репутации и бренда компании. Ведь бизнес, пользующийся данным видом ответственности, становится наиболее привлекательным для инвесторов, которые принимают решение о покупке акций той или иной организации. Инвесторы оценивают все возможные риски, и в том случае, когда они сбалансированны, наличие КСО становится главнейшим фактором стратегического развития и укрепления деловой репутации организации.

Но при этом, в последствии случайный или осознанный уход от КСО по тем или иным причинам, может нанести удар в вдвойне сильнее, чем если бы мы изначально КСО

не использовали.

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что корпоративная социальная ответственность, не просто тренд, или временное явление, а конкретная лазейка на высшие уровни, потому в ней есть некая необходимость. Все что вводится в рамках данных программ становится отличным помощником в решении многих проблем, для современного бизнеса. Важно учитывать, что КСО это не только маркетинговый ход и привлечение инвестиций, но и помощь в уменьшении текучки кадров, и прекрасный маркетинговый ход, так как данная деятельность отражается не только в системе экономических, но и экологических, и общественных показателях.

И если представить себе идеальный мир, где у каждой компании есть время, финансы и идеи для реализации, КСО может превратиться в мощный фактор стратегического развития компании, укреплением ее репутации, привлечением новых инвестиций и хорошей рекламы.

1. *Е.Н. Феоктистова, руководитель Центра корпоративной социальной ответственности и нефинансовой отчетности РСПП?* [↑](#)
2. *Стекель из AddVenture NetWork Inc* [↑](#)
3. *О.Ю. Голодец, заместитель мэра Москвы по вопросам образования и здравоохранения* [↑](#)