

УДК 338.24

Лугаманова И.Ф.

студентка магистратуры 2 курса, направление подготовки «Корпоративное
управление»

Финансовый университет при Правительстве РФ,
Уфимский филиал

Научный руководитель: к.с.н., доцент, Брусенцова Л.С.

LUGAMANOVA I.F.

master's student 2 year, the preparation direction «Corporate management»

Financial University under the Government of the Russian Federation
Ufa branch

Scientific supervisor: candidate of sociological sciences, associate professor

Brusentsova L.S.

**АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
АО ДЕЛОЙТ И ТУШ СНГ**

**ANALYSIS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF JSC
DELOITTE AND TOUCHE CIS**

АННОТАЦИЯ

На основе анализа форм и методов практики корпоративной социальной ответственности компании АО Делойт и Туш СНГ предложены рекомендации по её совершенствованию.

ABSTRACT

Based on the analysis of the forms and methods of corporate social responsibility practices, JSC Deloitte Touche and CIS companies offered recommendations for its improvement..

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, управление, анализ, организация, репутация компании

Keywords: corporate social responsibility, management, analysis, organization, company reputation

Корпоративная социальная ответственность позволяет организациям вносить свой вклад в жизнь общества, окружающей среды, клиентов и других заинтересованных сторон.

Несмотря на актуальность феномена корпоративной социальной ответственности не только в России, но и во всех странах мира, до сих пор нет его однозначной трактовки. Так, на Западе термин «корпоративная социальная ответственность» чаще всего рассматривается как элемент устойчивого развития. Европейская комиссия определяет КСО как некую концепцию, отражающую добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и в защите окружающей среды. Чаще всего КСО трактуется как попытка разрешить глобальные проблемы, вызванные деятельностью корпораций. Поэтому политика КСО в развитых странах инициируются непосредственно обществом, людьми [1, с.605].

В узком смысле корпоративная социальная ответственность включает в себя обязанности предприятия эффективно осуществлять функции по созданию добавочной стоимости, в полном объеме выполнять социо-экологические и социо-экономические обязательства, установленные законами, этическими нормами и правилами, принятыми в обществе.

В широком смысле корпоративная социальная ответственность представляет собой добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компаний и выходящий за рамки определенного законодательного минимума и принятых в обществе этических норм. Это ответственность перед деловыми партнерами и сотрудниками, перед местными сообществами и населением в целом [2, с.24].

Конкретные программы корпоративной социальной ответственности в современных условиях должны становиться итогом реализации принципа соучастия заинтересованных сторон бизнеса, позволяющего учесть их ожидания [3, с.331].

Многие российские корпорации внедряют принципы социальной ответственности в производственно-хозяйственную деятельность, осознав эффективность системной социальной политики [4, с.24].

Анализ управления корпоративной социальной ответственностью компании – АО Делойт и Туш, специализирующейся на предоставлении аудиторских и консалтинговых услуг, показал высокую степень социальной активности АО Делойт и Туш.

Так журнал Fortune внес компанию в рейтинг социально ответственных компаний за 2018 год Change the World [5].

Участниками рейтинга Change the World («Меняем мир к лучшему») становятся наиболее социально ответственные компании. В 2018 году АО Делойт и Туш стал единственным представителем международных фирм в секторе профессиональных услуг, включенным в рейтинг журнала Fortune. Это явилось итогом деятельности, которую компания осуществляет в области подготовки клиентов и сотрудников к технологическим изменениям, связанным с Четвертой промышленной революцией.

При включении в рейтинг приоритет отдается компаниям, объем годовой выручки которых составляет не менее 1 млрд долларов США. Для оценки деятельности компании журнал Fortune использует четыре показателя:

– измеримый социальный результат: оценка масштаба, характера и устойчивости результатов, достигнутых при решении одной или нескольких

конкретных социальных проблем. Этот компонент оценки имеет дополнительный вес;

– результат для бизнеса: оценка выгод, которые компания получает в результате осуществления социально значимой деятельности. Эксперты не просто оценивают, как это сказалось на репутации компании, но смотрят, насколько увеличилась прибыльность бизнеса и как это отразилось на акционерной стоимости организации;

– степень инновационности: оценка степени инновационности деятельности компании в сопоставлении с другими участниками отрасли. Также учитывается следование других участников примеру рассматриваемой компании;

– интегрированность социальных инициатив в корпоративную стратегию: оценка интегрированности социальных инициатив в общую стратегию компании, а также оценка эффективности процесса информирования об инициативе на всех уровнях организации и за ее пределами.

Результаты исследования показали, что АО Делойт и Туш осуществляет реализацию масштабных проектов в виде развития социальной инфраструктуры территорий, осуществления экологических и прочих программ. Так, в рамках реализации социальной ответственности в компании действуют следующие социальные программы: Impact Day (инициатива, включающая в себя оказание профессиональных услуг на безвозмездной основе, волонтерскую деятельность, требующую определенных навыков, например содействие в организации тренингов, в том числе по финансовой грамотности для людей старше 50 лет (Financial Literacy for People 50+) или тренингов по управлению проектами, традиционную волонтерскую деятельность), волонтерская программа (включает в себя помощь детям, помощь пожилым и помощь животным и окружающей среде), а также

предоставление льгот сотрудникам при оформлении усыновления или опеки [5].

Перечисленные выше направления деятельности компании способствуют решению многих проблем местного сообщества, таких как:

- недостаточность вовлеченности сотрудников в деятельность КСО;
- проблема улучшения вовлеченности сотрудников в охрану окружающей среды.

Для повышения качества управления социальной ответственностью компании АО «Делойт и Туш» предлагается реализовать следующие мероприятия:

1. Компании следует продолжать и активизировать деятельность, связанную с заботой о ресурсах и окружающей среде. В рамках политики корпоративной социальной ответственности рекомендуется активизировать деятельность компании в сфере экологии в следующих аспектах:
 - снижение электропотребления;
 - экономия ресурсов и использование альтернативных источников энергии;
 - утилизация отходов;
 - снижение уровня использования пластиковых изделий;
2. Проведение большего количества внутренних тренингов на тему КСО для привлечения новых сотрудников в деятельность;
3. С целью совершенствования программ, направленных на развитие и социальную поддержку собственного персонала, рекомендуется проведение различных спортивных мероприятий, направленных на поддержание здорового образа жизни среди работников.

Таким образом, компаниям выгодно быть ответственным работодателем, вкладывая средства в создание комфортных условий труда, гарантируя безопасность на рабочем месте, а также предоставляя своим работникам социальную поддержку и материальную помощь, тем самым создавая условия для привлечения квалифицированного персонала и повышения производительности труда своих работников, а также улучшая показатели деятельности и конкурентоспособность своей компании.

Предложенные рекомендации должны будут способствовать увеличению прибыльности компании за счет созданного ею имиджа.

Список литературы

1. McWilliams, A., & Siegel, D. 2017. Corporate social responsibility and financial performance: Correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21: 603-609.
2. Демкина К.А. Корпоративная социальная ответственность, как фактор конкурентного преимущества компании // *Бизнес-образование в экономике знаний*.-2018. — №2. — С.24-27
3. Брусенцова Л.С., Кузнецова Л.В. Партиципация в социальной ответственности бизнеса // *Евразийский юридический журнал*.-2017. — №10(113). — С.331-332
4. Киварина М. В. Корпоративная социальная ответственность / М. В. Киварина // *Экономический журнал*.- 2018. — № 23. — С.116–121
5. Deloitte and Touche CIS [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com>