

являющаяся индикатором событий бинарная оппозиция «оптимизм – пессимизм», представляющая собой диалектическое противоречие. Выявлены и показаны различные содержательные направления кооперативной связи данных противоположностей, которые представляют собой тенденции их сопряжения и являются способами аккумуляции социальных действий имеющих различное функциональное значение и проективную нацеленность в воспроизводстве и развитии общества как внутренне и внешне коэволюционирующего системного образования. Формирование множества направлений взаимодействия и переходных состояний в связях противоположных тенденций, образующих противоречия как источник системной организации и развития биологических и социальных систем мы назвали принципом или инвариантом полимодальности коэволюции. Стратегическая роль полимодальности коэволюции в бинарной оппозиции социально значимых проявлений оптимизма и пессимизма, как важнейших ценностных ориентаций, особенно заметно проявилось в условиях перехода к постсоветской системе жизнеустройства общества на территории бывших советских республик, что анализируется в соответствующей статье.

УДК 334

М.А. Маркова, И.Г.Чернышов, И.Я. Львович
(ВИБТ, г. Воронеж)

КОРПОРАТИВНО-СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Тема корпоративной социальной ответственности сегодня одна из самых обсуждаемых в деловом мире. Связано это с тем, что заметно возросла роль бизнеса в развитии общества. Многие компании осознали, что успешно вести бизнес в изолированном пространстве - невозможно. Поэтому интеграция принципа КСО в стратегию развития бизнеса становится характерной чертой ведущих компаний [1].

Корпоративная социальная ответственность понимается как продвижение ответственного бизнеса, который приносит пользу бизнесу и обществу и способствуют социальному, экономическому и экологически устойчивому развитию путем максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизации негативного [2].

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер.

Базовый уровень предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности — предоставление новых рабочих мест [3].

Второй уровень предполагает обеспечение работников хорошими условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы.

Третий, высший уровень ответственности, предполагает благотворительную деятельность.

Мотивы социальной ответственности бизнеса:

1. Развитие собственного персонала позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке.
2. Рост производительности труда в компании.
3. Улучшение имиджа компании, рост репутации.
4. Реклама товара или услуги.
5. Освещение деятельности компании в СМИ.
6. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.
7. Возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний.
8. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом.
9. Налоговые льготы.

Преимущества, которые дает компаниям реализация стратегий корпоративной ответственности, включают в себя возросшее удовлетворение персонала, сокращение текучести кадров и увеличение ценности бренда. Компании, не присоединившиеся, упускают возможности в бизнесе, теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дорожкина Т.В., Крутиков В.К., Аракелян С.А., Федорова О.В. Корпоративная социальная ответственность. Учебно-методическое пособие. Калуга: Изд-во «Эйдос», 2015. – 178 с.
2. Данилова, Е. КСО как благотворительность - это прошлое. Аналитика / Е.Данилова // ЗАО ПАКК. - 2008. - №9. - С.18.
3. Бадюкина Е.А. Формирование корпоративной социальной ответственности и рост рыночной капитализации компаний / Е.А. Бадюкина, Н.В. Кучерина. Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2007. № 13. С.22-30.