

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.  
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента и маркетинга

**Корпоративная социальная ответственность как явление в современных  
организациях  
(на примере ООО «Русагро-Саратов»)**

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки   4   курса   421   группы

направления   38.03.02 Менеджмент организации  

  Экономического факультета  

  Сидякиной Анны Витальевны  

Научный руководитель  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Л.И. Дорофеева

Зав. кафедрой  
к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Л.И. Дорофеева

Саратов 2024

**ВЕДЕНИЕ. Актуальность темы.** В условиях нестабильной конкурентной среды организации пытаются не только выжить, но и добиться устойчивого роста в долгосрочной перспективе. Для этого им необходимо учитывать множество факторов – социальных, культурных, экономических и других. Кроме того, стремление привлечь потребителей и получить их лояльность и, как следствие, укрепить свои позиции на рынке, заставляет компанию применять определенные механизмы в своей работе. Также каждая фирма конкурирует друг с другом за квалифицированную рабочую силу, от качества которой зависит эффективность компании. Для решения этих вопросов была сформирована концепция корпоративной социальной ответственности (КСО). КСО – метод позиционирования фирмы и вклад в развитие страны, в которой она осуществляет свою деятельность на добровольной основе.

**Целью** выпускной квалификационной работы является исследование корпоративной социальной ответственности организации на примере ООО «Русагро-Саратов».

Для того, чтобы достигнуть цель, обозначенную выше, необходимо решить ряд **задач**: дать понятие, раскрыть цели и значение корпоративной социальной ответственности как явления в современных организациях; выявить основные принципы корпоративной социальной ответственности как явления в современных организациях; рассмотреть уровни и направления корпоративной социальной ответственности в современных организациях; дать общую характеристику деятельности организации ООО «Русагро-Саратов»; определить особенности корпоративной социальной ответственности как явления в ООО «Русагро-Саратов»; выявить основные проблемы корпоративной социальной ответственности в ООО «Русагро-Саратов»; предложить расширение участия ООО «Русагро-Саратов» в организации и проведении мероприятий городского значения как меру совершенствования внешней КСО организации; предложить внедрение знака отличия для сотрудников ООО «Русагро-Саратов» как меру совершенствования внутренней КСО организации; рассчитать социально-экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения и списка использованных источников.

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.** В главе 1 «Теоретические основы исследования корпоративной социальной ответственности как явления в современных организациях» автором раскрываются понятие, цели, значение, принципы, уровни и направления корпоративной социальной ответственности организации.

В широком смысле корпоративная социальная ответственность (КСО) – это стратегия, которая подразумевает, что компании должны учитывать влияние своей деятельности на общество и окружающую среду. Основная идея КСО заключается в том, что бизнес несет ответственность не только за свою прибыль, но и за социальные и экологические последствия своего действия. Целями являются повышение репутации и имиджа, улучшение отношений с заинтересованными сторонами, содействие устойчивому развитию, улучшение связи с сообществом, создание справедливых и безопасных условий труда, эффективное использование ресурсов. Реализация концепции корпоративной социальной ответственности приносит компаниям значительные выгоды. В целом, КСО способствует устойчивому развитию бизнеса и общества, создавая благоприятное окружение для всех заинтересованных сторон.

Выделяется ряд принципов КСО: подотчетность, прозрачность, этичное поведение, уважение интересов заинтересованных сторон, соблюдение верховенства закона, соблюдение международных норм поведения, соблюдение прав человека.

Определяется четыре уровня практик корпоративной социальной ответственности, которые компании могут применять в своей деятельности – базовый, уровень улучшения, уровень передовиков, уровень лидеров.

Корпоративная социальная ответственность организации подразделяется на внутреннюю и внешнюю. К направлениям реализации внутренней КСО относят диверсификацию и инклюзивность, развитие человеческого капитала, определение и учет интересов персонала при принятии управленческих и

стратегических решений, проведение социально ответственной реструктуризации. Их эффективное внедрение ведет к улучшению репутации компании, увеличению лояльности сотрудников, стимулированию инноваций, экономическим выгодам, созданию позитивного воздействия на общество. К направлениям реализации внешней КСО относят охрану окружающей среды, добросовестные деловые практики, действия в отношении потребителей, развитие местных сообществ, благотворительность и волонтерство. Их эффективное внедрение ведет к повышению репутации, привлечению новых клиентов, улучшению отношений с партнерами и поставщиками, повышение мотивации сотрудников, сокращение рисков, внедрению инноваций, содействие устойчивому развитию общества.

**В главе 2 «Анализ корпоративной социальной ответственности как явления в ООО «Русагро-Саратов»** автор дает общую характеристику деятельности ООО «Русагро-Саратов», особенности корпоративной социальной ответственности компании и проблемы КСО данной организации.

Полное наименование компании – общество с ограниченной ответственностью «Русагро Саратов». Дата регистрации 29 июня 2020 года. Уставный капитал 10 000 рублей. Основной вид деятельности – производство маргариновой продукции. Мощность исследуемого предприятия – 450 тыс. тонн промышленных жиров в год, 41 тыс. тонн майонеза в год. В ассортименте предприятия более 200 наименований продукции. Общее количество направлений деятельности – 27. Визитная карточка предприятия – промышленные жиры под брендом Solpro. Объем продаж на 2023 год составил 41 158 млн. руб. прибыль компании составляет – -1 635 079 000 Р. Организация обладает 11 товарными знаками.

Миссия ООО «Группа компаний «Русагро», куда входит ООО «Русагро-Саратов» звучит следующим образом: «Сделаем жизнь людей дольше и лучше». Основными ценностями компании являются – нацеленность на результат, постоянное улучшение, командная работа и сотрудничество, персонал, честность. Компания ведет политику корпоративной социальной

ответственности обладает перечнем положений в этой области: устав ROSAGROPLC, кодекс делового поведения и этики; законодательство об инсайдерской информации, перечень инсайдерской информации ПАО «Группа «Русагро», кодекс поведения в отношении инсайдерской информации. В 2023 г. среднесписочная численность персонала «Русагро» сократилась до 646 человек.

«Русагро-Саратов» осуществляет свою деятельность в соответствии с ESG-стратегией, ключевыми приоритетами которой являются окружающая среда, корпоративное управление и общество. Существенными темами направления «окружающая среда» являются энергия, управление климатическим воздействием, выбросы в атмосферный воздух, вода, сбросы сточных вод, отходы, циркулярная экономика, устойчивое сельское хозяйство. Компания постоянно изучает новые способы оптимизации производства для минимизации вреда окружающей среде. Второе важное направление – социальные факторы устойчивого развития. Политика компании в этой сфере направлена на управление персоналом, охрану труда и здоровья сотрудников и поддержку местных сообществ. Третье значимое направление – факторы корпоративного управления устойчивого развития, к ним относятся взаимоотношение с потребителем, управлением вопросами коплаенса, исключение содействия коррупции, ответственные цепи поставок, учет интересов инвесторов и акционеров, сотрудничество с государством и местными органами.

На деятельность компании в области корпоративной социальной ответственности могли бы повлиять изменения в законодательстве, экономическая стабильность региона и предприятия и ожидания потребителей. В силу своего масштаба, технологичности, истории существования и гибкой политики управления рисками организация умеет быстро реагировать на изменения внешней и внутренней среды и имеет необходимые механизмы регулирования возникающих трудностей.

Компания стремится поддерживать баланс между всеми сферами своей деятельности, распространяя нормы КСО на стейкхолдеров и общество в

целом. Русагро заинтересована в благотворном влиянии на окружающую среду, применяя для этого различные технологии – уменьшение вреда для почвы, воды, воздуха и т.п. Компания вовлечена в жизнь региона присутствия. Компания уделяет большое внимание потребителям, применяя систему КСО на весь процесс производства и логистики при производстве товара, отличающегося достойным качеством. Русагро создает и стремится поддерживать высокий уровень защищенности и обеспеченности всеми необходимыми условиями рабочие места сотрудников. Анализируя реакцию работников, старается усовершенствовать систему взаимодействия с ними, применяя существующий кодекс делового поведения и этики.

Выделяется две негативные тенденции – взаимоотношение с местными сообществами и текучесть кадров. Общество в регионе присутствия отмечает высокое качество продукции, но при этом не осведомлено о производстве, применяемых современных технологиях и деятельности организации в социальном секторе. Несмотря на структурированную нормативную базу, поддерживающие мероприятия, помощь в обучении и повышении квалификации, предоставление всех необходимых условий для выполнения трудовых обязанностей сотрудник не закрепляется за рабочим местом на долгий срок.

**В главе 3 «Направления совершенствования корпоративной социальной ответственности как явления в ООО «Русагро-Саратов»** автор обосновывает основные направления совершенствования КСО, в качестве которых предлагает расширение участия ООО «Русагро-Саратов» в организации и проведении мероприятий городского значения как меру совершенствования внешней КСО организации и внедрение знака отличия за высокий уровень профессионализма для сотрудников ООО «Русагро-Саратов» как меру совершенствования внутренней КСО. При этом автор рассчитывает социально-экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Участие ООО "Русагро-Саратов" в культурных и спортивных городских мероприятиях может быть важным способом налаживания контактов с местным

сообществом и укрепления партнерских отношений с городскими властями. Компания может организовать и поспособствовать в проведении мероприятия, отражающего культурные и спортивные ценности города, через участие своих сотрудников в организации и проведении мероприятий, а также через активное привлечение собственных ресурсов и возможностей. Компания может раздавать брендированные флаеры, воздушные шары, брошюры с поздравлением жителей города с праздником. После мероприятия подобная рекламная продукция распространится по городу.

Предлагается установить главный стенд компании, который будет являться фотозоной, рядом разместить стойку с широким ассортиментом фирменной продукции агрохолдинга, провести мастер-класс, который позволит повысить уровень осведомленности о деятельности компании и ее продукции. Также организовать спортивную станцию, за участие в которой можно получить брендированные памятные призы и продукцию компании. Кроме того, там же специалисты Департамента управления персоналом могут помочь подобрать подходящую позицию жителям города. Эти мероприятия не только повысят интерес и доверие общества к данной компании, но и станут отличной рекламой продукции, что повысит продажи товара в магазинах города. На реализацию данного мероприятия требуется затратить 54 110 рублей.

Участие компаний в мероприятиях городского масштаба существенно способствует повышению продаж. В среднем 10% жителей города посещают мероприятия по случаю «Дня города», то есть 88 тысяч жителей посетят праздничные мероприятия. 14,5 тысяч человек, смогут увидеть работу стенда, поучаствовать в конкурсах или получить флаер. После работы брендированной зоны количество потенциальных покупателей будет 90%, то есть около 13 тысяч человек.

Средняя стоимость позиции, произведенной в ООО «Русагро-Саратов» и представленной на полках местных супермаркетов, составляет 100 рублей. Тогда, после мероприятия продажи продукции увеличатся, и выручка составит 1300 тысячи рублей, прибыль – 1 040 тысяч рублей. В то время как при

обычном спросе, без внедрения данного мероприятия, около 6,5 тысяч человек приобретают данную продукцию, и выручка составляет 650 тысяч рублей, прибыль – 520 тысячи рублей. Экономический эффект составил 520 тысяч рублей. Экономическая эффективность составила 9,6.

Для улучшения внутренней корпоративной социальной ответственности предприятия предлагается нематериальное стимулирование в виде присвоения неотчуждаемого звания «лучший специалист». Почетное звание предлагается присуждать по личным достижениям каждого сотрудника. Это знак признания профессионализма и выдающихся способностей сотрудника организацией. Данное звание сможет закрыть цель «самореализация» для сотрудника и замотивировать остальных. А стремление к этому званию поспособствует увеличению производительности труда и эффективности рабочей деятельности отдельного работника, и как следствие, компании в целом.

Для достижения такого звания необходимо соответствие следующим критериям - высокая результативность в отчетный период времени, инициативность в совершенствовании трудовых процессов, положительная характеристика коллег, системное развитие внутренних компетенций, передача опыта, знаний и имеющихся навыков коллегам и стажерам. Такая награда повлечет за собой повышение заработной платы и станет отличной возможностью подняться по карьерной лестнице для работника, что позволит закрепить его в штате.

Фактическая текучесть кадров составляет 5,4%. На основании результатов применения аналогичных мероприятий другими организациями, после его внедрения можно ожидать снижения текучести кадров на 0,9%. Ожидаемая текучесть составит 4,5%. Тогда число выбывших сотрудников с 35 сократиться до 29. Затраты на реализацию данного мероприятия составят 40 300 рублей. Для определения экономического эффекта были определены потери, вызванные перерывами в работе, обусловленные необходимостью обучения, вызванные снижением производительности труда работников перед увольнением и связанных с затратами на подбор персонала. Экономический эффект составил

398 тысяч рублей. Экономическая эффективность составила 9,9. Данное мероприятие позволит организации сохранить в штате 6 квалифицированных сотрудников.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ** содержит основные выводы и рекомендации по теме исследования. Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, согласно которой компании несут ответственность не только за свою прибыль, но и за влияние своих действий на общество и окружающую среду.

Основные принципы корпоративной социальной ответственности включают в себя подотчетность, прозрачность деятельности, этическое поведение, учет интересов всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров), соблюдение верховенства закона, соблюдение международных норм поведения и соблюдение прав человека.

Организации, осуществляющие КСО, обычно стремятся к достижению баланса между экономической эффективностью и социальной ответственностью. Они могут проводить различные программы и проекты, направленные на поддержку образования, здравоохранения, экологии, культуры, социального развития и других сфер.

Выделяется ряд базовых направлений реализации внутренней корпоративной социальной ответственности: диверсификация и инклюзивность, развитие человеческого капитала, определение и учет интересов персонала при принятии управленческих и стратегических решений и проведение социально ответственной реструктуризации. Направления внешней корпоративной социальной ответственности – общество, бизнес-партнеры и инвесторы, потребители товаров и услуг, представители местных сообществ в регионах присутствия компании, общественные организации и государственные органы.

Корпоративная социальная ответственность способствует формированию позитивного имиджа компании, укреплению ее позиций на рынке, привлечению

и удержанию квалифицированных сотрудников, а также повышению уровня доверия со стороны потребителей и общества в целом.

В качестве объекта исследования была выбрана организация ООО «Русагро-Саратов». Это продовольственная компания, основной вид деятельности которой – производство маргариновой продукции.

Ключевые приоритеты ООО «Русагро-Саратов» в сфере корпоративной социальной ответственности – окружающая среда, корпоративное управление и общество.

В результате SWOT-анализа и PEST-анализа были выявлены основные проблемы в практике корпоративной социальной ответственности: взаимоотношения с местным сообществом и текучесть кадров.

Для разрешения этих проблем было предложено 2 мероприятия. Первое – содействие компании в проведении мероприятия городского значения, что укрепит связь с обществом в регионе присутствия. Социально-экономический эффект от реализации данного мероприятия составит 520 тыс. рублей. Второе – внедрение знака отличия для сотрудников, что приведет к снижению текучести кадров на предприятии. Социально-экономический эффект от снижения текучести кадров после внедрения предложенного мероприятия составит 398 тысяч рублей и позволит сохранить в штате до 6 сотрудников.

Данные результаты подтверждают целесообразность реализации данных мероприятий для улучшения практики применения корпоративной социальной ответственности в ООО «Русагро-Саратов».