

УДК 304.4

Т.А. ДАУТОВА

ФГБОУ ВО «БашГУ», г.Уфа

E-mail: dautova_07@mail.ru

**НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ УПРАВЛЕНИЯ
КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКОЙ
SOME APPROACHES TO MANAGEMENT ANALYSIS
CORPORATE SOCIAL POLICY**

Аннотация: в статье анализируется феномен корпоративной социальной политики как важнейшего аспекта бизнес - активности. Рассматриваются различные исследовательские подходы в понимании социальной составляющей бизнеса, внешние и внутренние факторы, способствующие их реализации, факторы эффективности.

Ключевые слова: корпоративная социальная политика, корпоративная социальная ответственность, функции корпоративной социальной политики, социальные гарантии, модели социальной ответственности.

Annotation: the article analyzes the phenomenon of corporate social policy as the most important aspect of business activity. Various research approaches in understanding the social component of business, external and internal factors contributing to their implementation, and efficiency factors are considered.

Keywords: corporate social policy, corporate social responsibility, corporate social policy functions, social guarantees, models of social responsibility.

Развитие современных рыночных отношений обуславливает рост значения социальной политики предприятия. Сопровождение бизнес-процессов социальными программами создает прогнозируемую устойчивость, стратегический успех компании. Этот аспект деятельности усиливает её конкурентное преимущество, позволяет полноценно реализовать свой бизнес потенциал. Теоретический анализ этой грани активности компании требует комплексного системного подхода, позволяющего выявить внутреннюю сущностную характеристику корпоративной социальной политики (КСП), определить причины все большей фокусировки внимания руководства компаний на социальных программах.

Исследование социальной политики субъектов бизнеса имеет большой потенциал, обусловленный тем, что данный аспект касается реализации и развития человеческого капитала как наиболее важного элемента производственного процесса. Корпоративная социальная политика – это одно из важнейших направлений деятельности предприятия, призванное обеспечивать эффективное взаимодействие предприятия, общества и государства, создание системы социальных гарантий внутри предприятия, его участие в реализации социальных программ и мероприятий. Социальная политика предприятия направлена, прежде всего, на укрепление его репутационного капитала, улучшение имиджа компании.

Начало исследований корпоративной социальной ответственности (КСО) положено в книге «Социальная ответственность бизнесменов», написанной Ховардом Бауэном в 1953 году. Автор оправдывает социальные инвестиции бизнеса, но только в долгосрочном периоде, что, несомненно, влияет на социальный климат компании. Свою теорию КСО предлагал М. Фридман, названную впоследствии теорией «корпоративного эгоизма». Ее суть заключалась в следующем: социальная деятельность компаний выражается в том, что используемые ресурсы компании должны приносить прибыль, т.е. существует только одна ответственность – ответственность перед акционерами. Другая концепция, под названием «теория корпоративного альтруизма», принадлежала Комитету по экономическому развитию в Америке. Она появилась параллельно публикациям Фридмана с противоположным взглядом на КСО. Основным смыслом концепции заключался в том, что бизнес должен осуществлять деятельность, направленную на решение общественно-значимых проблем, повышать качество жизни, заботиться об окружающей среде, а не только преследовать рост прибыли. Другой взгляд на КСО представлен в работах американского экономиста М. Милтона (теория «разумного эгоизма»): социальная ответственность уменьшает текущую прибыль, но сокращает долгосрочные потери прибыли, что обеспечивает в долгосрочной перспективе устойчивую прибыль и развитие. Это достигается за счет улучшения имиджа компании, отношений в коллективе, привлечения новых клиентов и инвесторов и т.п., что отражается на объеме продаж, стоимости акций компании [1].

На сегодняшний день сложившаяся американская модель социальной ответственности бизнеса предполагает минимальное вмешательство государства в работу частного бизнеса. Но, несмотря на это, представители американского бизнеса принимают систематическое участие в финансировании различных некоммерческих мероприятий и проектов. Американские компании обладают максимальной самостоятельностью в выборе размера своего общественного вклада. Стоит отметить, что государство на законодательном уровне поощряет общественно-значимую деятельность компаний путем налоговых зачетов и льгот (например, уменьшение налогооблагаемой базы на прибыль за счет благотворительных расходов). Поэтому отличительной особенностью «открытой» модели КСО является добровольная инициатива американских компаний в развитии КСО, выходящая за рамки требований законодательства. Кроме того, в Америке созданы различные механизмы участия частного бизнеса в социальной поддержке населения. Так, существуют различные корпоративные фонды, которые направлены на решение социальных вопросов: фонды выплат пособий по инвалидности, болезни, безработице, а также фонды пенсионного обеспечения работников и т.п. Основными направлениями КСО американского бизнеса является защита сотрудников компании и окружающей среды. Например, Компания Google подписала долгосрочный контракт на использование экологически чистой энергии из

возобновляемых источников. Для запуска своего центра обработки данных в Оклахоме Google начинает закупать электроэнергию, которая произведена ветроэлектростанциями [2]. Прибыль от данного проекта планируется направить на различные образовательные программы и развитие сельских районов.

Отличительной особенностью моделей КСО в Европе является участие государства в регулировании и развитии социальной ответственности. Социальная политика в большей степени направлена на социальную защиту населения. Пример европейского бизнеса в КСО – это швейцарская компания Nestle. В Nestle корпоративная социальная ответственность понимается как «Создание общих ценностей». Это не филантропия или какая-либо дополнительная функция, а основополагающая часть стратегии бизнеса компании. «Для того, чтобы работать на благо наших акционеров и нашей Компании, мы должны приносить пользу людям в тех странах, где мы работаем» – заявлено на сайте компании Nestle. Компания ставит целью выполнить все взятые на себя обязательства до 2020 года или ранее. В качестве примера обязательства Nestle включают стремление быть лидером рынка в области научных исследований, связанных с питанием и здоровьем, а также создавать полезные и питательные продукты для детей [3].

Еще один пример – банк UniCredit. Он оказывает помощь различным больницам, инвалидам, комитетам ветеранов войны и инвалидов военной службы. Банк в 2009 году учредил университетский фонд UniCredit с целью продвижения академических программ в областях экономики и финансов, а также с целью содействия сотрудничеству с престижными европейскими учебными заведениями. Крупнейший банк Великобритании Cooperative bank – один из лидеров в распространении принципов социальной ответственности в банковской сфере. Важный документ, регулирующий его деятельность, – «Политика этических инвестиций». Документ включает 8 пунктов, где описываются позиции компании, определяющие ее отказ от участия в сделках по продаже оружия представителям диктаторского режима, от инвестиций в табачные фирмы и организации, занимающиеся производством и продажей натурального меха. Cooperative bank стал одним из первых английских банков, опубликовавших ежегодный отчет (за 1997 г.) о политике и программе социальной ответственности [4]. Компания регулярно проходит социальный аудит и основывает свою маркетинговую политику на этических принципах. Японская модель КСП делает акцент на культурных традициях страны и на использование моральных и этических принципов в управлении корпоративной политикой. Для Японии характерна активная позиция государства в отношении социальной ответственности. Большое внимание уделяется проблемам защиты окружающей среды и взаимодействию с местными сообществами, развито ответственное поведение граждан к стране. Бизнес обеспечивает работников жильем, поощряет семейные династии, обучает специалистов за счет средств корпораций и т.д. Социальная отчетность инициируется и государством, и самим бизнесом, имеет

следующие направления: корпоративная филантропия, защита окружающей среды, прав человека, ответственность по отношению к клиенту.

Проблемы корпоративной социальной политики предприятий стали объектом изучения российских ученых и её реализации бизнес-субъектами, особенно в связи с переходом экономики на рыночные отношения. Значительный интерес с теоретической точки зрения представляет работа «Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы» (под ред. Н.А. Волгина и В.К. Егорова). В данной работе корпоративная социальная политика рассматривается как направление развития внутреннего потенциала компании, прежде всего, совершенствования кадровой политики [5].

Аналогичной точки зрения придерживается Долгорукова И.В. Под корпоративной социальной политикой она понимает «систему управленческих воздействий, направленных на оптимизацию взаимодействия общества, государства и предприятия, обеспечение социальных гарантий внутри предприятия, его участие в реализации социальных программ и мероприятий, формирование норм корпоративной культуры» [6].

В России КСО находится на начальном этапе своего развития. Это проявляется в потребности развития законодательства и стандартизации в области КСО со стороны государства. Активными субъектами КСО в России в большей степени являются крупные компании, в основном нефтегазовой и энергетической отраслей. Социальная деятельность российского бизнеса направлена преимущественно на благотворительность и на заботу о сотрудниках предприятий и их семей: улучшение условий труда, развитие потенциала работников, программы поддержки ветеранов и пенсионеров, предоставление путевок на отдых и в лечебные учреждения (санатории и т.п.), социальные программы для молодых семей, льготное кредитование и т.п. Также российские компании поддерживают инициативы в области спорта и организуют различные стипендиальные фонды для университетов. Стоит отметить, что бизнес в основном ориентируется на капиталоемкие проекты и результаты своей социальной деятельности раскрывает в нефинансовой отчетности, которая становится все более популярной. Но, непонимание роли КСО все еще велико, социальная ответственность для крупных компаний, в основном, – это ответ на требования фондового рынка и зарубежного инвестиционного сообщества. Примером социальной ответственности в России может служить деятельность крупнейшего предприятия Газпром, который постоянно участвует в реализации многих социальных проектов, в развитии культуры, образования, науки, физкультуры и спорта. Начиная с 2007 года Газпром финансирует всероссийскую программу, способствующую гармоничному духовному и физическому развитию детей. С этой целью уже построено более 600 оздоровительных комплексов, стадионов, бассейнов, баз отдыха детей, 32 дворовых спортивных площадок. В Ханты-Мансийске открыта первая в России Шахматная Академия. В г. Томске открыт легкоатлетический манеж. Ежегодно проводится детский хоккейный турнир «Кубок «Газпром» нефти», получивший статус турнира Континентальной хоккейной лиги [7]. С целью патриотического воспитания и оказания помощи

ветеранам Великой Отечественной войны Газпром создал раздел для ветеранов на своем корпоративном сайте, регулярно проводит торжественные мероприятия в дни Победы, чествует ветеранов в своих офисах. И это далеко не весь перечень социальных мероприятий, производимых Газпромом.

Для Республики Башкортостан характерна разработка и реализация собственных социальных и благотворительных программ. Компании «Третий трест», «Жилстройинвест», торговый центр Мега Уфа, «Газпром», «Роснефть» и др. принимают активное участие в создании комфортной городской среды в городе Уфа [8].

Какие факторы влияют на социально ориентированный тип ведения компанией бизнеса? Важнейшим является внешний (относительно компании) фактор. Политическая, экономическая и социальная стабильность, адекватная правовая обеспеченность и безопасность, государственная поддержка предпринимательской деятельности, адекватная система налогообложения, наличие на рынке трудовых ресурсов квалифицированных кадров, надежных бизнес-партнеров, развитой инфраструктуры для ведения бизнеса, наличие механизмов и технологий для установления и развития международных бизнес-отношений, сложившаяся практика принятия социальных программ у конкурентов – при таком наборе условий компания имеет возможность принимать на себя разносторонние и многочисленные социальные обязательства.

Внутренние факторы, благоприятно влияющие на принятие и проведение значимых социальных проектов, включают в себя несколько важных позиций: высокая культура внутрикорпоративных отношений, эффективная деятельность профсоюзной организации, кадровая стабильность, удовлетворенность сотрудников социальной политикой предприятия, экономическая успешность предприятия.

Представляется важным гармонизация целей социальной политики государства и предприятия. Как известно, целью социальной политики государства является повышение благосостояния населения, обеспечение высокого уровня и качества жизни, характеризующееся следующими показателями: доход как материальный источник существования, занятость, здоровье, жилье, образование, повышение квалификации, культура, экология, здоровый образ жизни. Социальная политика предприятий направлена на реализацию тех задач, которые оказываются в зоне их компетенции, а именно: повышение дохода сотрудников, сохранение и укрепление их здоровья, помощь в улучшении жилищных условий, повышение квалификации, поощрение здорового образа жизни, забота об экологически чистой окружающей среде. Важно достичь кумулятивного эффекта при совместной реализации социальных программ государства и бизнес-субъектов.

В конечном счете, самым важным элементом социальной политики предприятия являются её итоговые результаты, формальные и сущностные.

Формальный результат – подробный отчет о ходе реализации конкретной социальной программы со всеми издержками и наработанной позитивной фактурой.

Сущностный результат – это показатели удовлетворенности социальной политикой предприятия всеми заинтересованными сотрудниками, партнерами, институтами.

Таким образом, корпоративная социальная политика определяется комплексом факторов и является атрибутом бизнеса с «человеческим лицом». Именно потенциал генерирования человеческого капитала и будет определять надежность перспектив каждого субъекта экономической деятельности в ближайшем и далеком будущем.

Список использованной литературы:

1. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. В.Я. Горфинкеля, Н.В. Родионовой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – С. 52-56.

2. Переход на возобновляемые источники энергии – это только начало. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://about.google/intl/ALL_ru/stories (дата обращения: 04.04.2020).

3. Федченко И.В. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» всех форм обучения / сост. И.В.Федченко: Сиб. гос. ун-т.науки и технологий – Красноярск, 2017. – 107 с.

4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / Под ред.: С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.

5. Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы: Учеб. пособие / Под общ. ред. проф. Н.А. Волгина, В.К. Егорова. – М.: «Дашков и К°», 2004. – 1047с.

6. Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: социолого-управленческий анализ. – М.: РГСУ, 2011. – 284с.

7. В интересах человека 2018. Отчет группы Газпром о деятельности в области устойчивого развития. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazprom.ru/f/posts/01/851439/sustainability-report-rus-2018.pdf> (дата обращения 23.03.2020).

8. Ульфат Мустафин представил отчет о деятельности Администрации Уфы на заседании городского Совета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ufacity.info/press/news/353011.html> (дата обращения 23.03.2020).