

Хапёрская Алена Васильевна

старший преподаватель кафедры менеджмента
института социально-гуманитарных технологий
Томского политехнического университета

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ЕЕ РОЛЬ В МЕНЕДЖМЕНТЕ КОМПАНИИ

Аннотация:

Показана актуальность развития программ корпоративной социальной ответственности, их влияние на деятельность корпорации и причины появления данного феномена. Выделены и проанализированы основные принципы корпоративной социальной ответственности. Определены место и роль данного понятия в менеджменте компаний. Обоснована необходимость улучшения качества основных форм корпоративной социальной ответственности для эффективности развития и решения проблем общества и предприятий.

Ключевые слова:

корпоративная социальная ответственность, система социальной политики, социально-экономическое развитие, концепции социальной ответственности, устойчивое развитие, принципы социального развития, стратегия корпорации, стандарты качества жизни населения.

Khaperskaya Alyona Vasilyevna

Senior Lecturer, Management Department,
Institute of Social and Liberal Arts Technologies,
Tomsk Polytechnic University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS ROLE IN THE MANAGEMENT OF A COMPANY

Summary:

The relevance of the development of corporate social responsibility programs and the reasons for its appearance are shown in this article. The impact of these programs on the activities of corporations is also considered. The author reveals and analyzes the main principles of the corporate social responsibility. The place and the role of the corporate social responsibility in the management of the company are defined. The article substantiates the necessity for quality improvement of the main forms of the corporate social responsibility for efficient development and resolution of the problems of both the society and the companies.

Keywords:

corporate social responsibility; social policy system; socio-economic development; conception of social responsibility; sustainable development; principles of social development; strategies of a corporation; quality standards of living.

Формирование программ корпоративной социальной ответственности и ее весомое влияние на финансовое состояние предприятий со временем становится все более актуальным, поэтому исследователям необходимо уделить повышенное внимание этой теме. Для России данное понятие возникло недавно и пока не получило должного развития. Актуальность проблемы корпоративной социальной ответственности связана с процессом глобализации рынка, в условиях которого компании вынуждены искать новые способы увеличения рыночной доли и дифференциации продуктов и услуг.

Проблемы корпоративной социальной ответственности значимы и занимают ведущее место, так как существенно увеличивают роль нематериальных факторов экономического роста в связи с высокой степенью соответствующего развития тех стран мира, у которых есть и материальные и мотивирующие возможности для поддержания, сопровождения и увеличения уровня жизни населения. Основной из главных причин повышения внимания к развитию социальных факторов и функций предпринимательского сообщества послужил тщательный анализ традиционных стандартных взглядов на концепцию социально-экономической политики в области расширения круга субъектов социальной политики. В полной мере сокращается вмешательство государственной власти в решение многих социально-экономических проблем.

Для сохранения ресурсов и создания устойчивого развития необходимо придерживаться следующих принципов:

- создавать как можно больше благополучных рабочих мест;
- инвестировать в развитие производства и человеческого потенциала;
- создавать взаимовыгодные отношения со сторонами, имеющими взаимную заинтересованность;
- производить качественную продукцию и услуги для потребителей;
- выполнять требования налогового, трудового, экологического законодательства;
- учитывать общественные ожидания и общепринятые этические нормы при ведении дел;
- осуществлять вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты общественного развития;

– повысить эффективность бизнеса, ориентированную на создание добавленной экономической стоимости и повышение национальной конкурентоспособности в интересах акционеров и общества [1].

Большинство российских корпораций уже начали использовать принципы социальной ответственности в производственно-хозяйственной деятельности. Однако, к сожалению, они внедряют их не в интересах общества, а непосредственно в личных целях. Существует много компаний, которые осознают эффективность социальной политики. У крупных корпораций затраты на социальные цели составляют до 17 % прибыли [2].

Если объединить перечисленные принципы общими понятиями, то главными из них в деятельности предприятий в области ведения социальной политики являются системность, открытость, недопущение конфронтации, значимость. Компании, придерживающиеся данных положений, зачастую испытывают большие сложности. Это объясняется тем, что для того, чтобы внедрить принципы корпоративной социальной ответственности, менеджменту предприятия необходимо много ресурсов, сил и времени, в результате чего приходится отвлекаться от решения текущих задач и развития своей деятельности.

На сегодня нашему современному бизнесу зачастую не хватает сознательного принятия и четкого понимания того, что корпоративная социальная ответственность бизнеса представляет собой не просто исключения, возникшие в результате сложившихся обстоятельств, а норму, которая вытекает из сущности крупного бизнеса корпораций. Он не может существовать и действовать отдельно от социума, поскольку является частью общества. Крупные компании – социально-экономические институты, занимающие ведущие положения в странах с рыночной экономикой. От их деятельности по большей степени зависит качество потребительских товаров и состояние окружающей среды. Они создают кластеры или большой круг заинтересованных людей, формирующий взаимозависимую систему отношений, которая может либо развивать и поддерживать бизнес, либо, наоборот, приводит к бездействию компании и дальнейшему ее распаду. Наличие социально-экономических связей в очередной раз подтверждает то, что корпорация является важным общественным институтом, включенным в систему социальных отношений, которые в большей степени определяют социально-экономическое развитие различных секторов социума. Если же рассматривать корпоративную сферу как одно целое, то наличие социо-эколого-экономических связей определяет не только развитие различных секторов, но и всего общества в целом. Государство и корпоративный сектор несут ответственность за благополучие общества в целом.

Многие компании публикуют отчеты о социальной деятельности, что подобно уставу общества. Как уже было сказано ранее, они используют принципы корпоративной социальной ответственности не в интересах социума, а непосредственно в личных целях; сюда же можно отнести ответственность перед компанией и лояльности к ней работников, тогда как опускаются обязанности корпораций перед их сотрудниками и социумом в целом. Таких компаний большое количество.

Таким образом, следуя принципам социальной ответственности, организация максимизирует свой результат в долгосрочной перспективе, что, с одной стороны, мотивирует к соблюдению корпоративной социальной ответственности и, с другой – оказывает положительный эффект на общество в целом.

Социальная политика компаний оказывает влияние на тип управления, методы руководства и работу менеджеров. Она носит системный характер и возникает на предприятиях, которые направлены на разработку стратегии. Им необходимо привлечь в мероприятия социального и благотворительного характера весь коллектив – от топ-менеджеров до обслуживающего персонала. Для менеджеров таких компаний введение социальной политики – это не только отчетность, но и новые управленческие методы, когда любое решение принимается с учетом и экономического, и социального, и экологического влияний. Однако в России нет практики подобной системы, поскольку небольшое количество компаний разрабатывают и внедряют стратегию фирмы и придерживаются данного политического курса, хотя эта работа на сегодня необходима и ее следует начинать для будущего повышения конкурентоспособности предприятия.

Первый этап этой работы должен начинаться с повышения корпоративного имиджа, так как в современной экономике зачастую этот пункт важнее роста финансовых результатов, поскольку включение в списки индекса приведет к финансовой выгоде, а для портфельных инвесторов данный показатель – один из важнейших.

Все это пока не имеет прямого отношения к российским компаниям. По большей степени причина отсутствия отечественных предприятий в списках «устойчиво развивающихся компаний» в том, что российский бизнес еще не дорос до уровня понимания и осознания всей области своей социальной корпоративной ответственности, в том числе спектра экологии. Предприятия предпочитают осуществлять ежегодные экологические платежи и платить штрафы за негативное воздействие на окружающую среду, а не внедрять очистные технологии [3].

Со стороны государства экологическая политика неэффективна и проводится слабо. Причины, объясняющих этот феномен, много: недостаточное финансирование природоохранных органов, отсутствие независимого федерального органа по охране окружающей среды, низкая заинтересованность общественности в экологических проблемах страны и информированность. Для большей части крупного акционированного бизнеса развитие корпоративной социальной ответственности по международным стандартам станет большим шагом вперед и может привести к существенному росту капитализации. Давно необходимо приступить к этой разработке, иначе «отставание» в ведении социальной политики будет только увеличиваться. Государство должно поддержать такие компании, так как страна не будет «устойчиво развивающейся», когда в ней нет подобных элементов.

Несмотря на важность и актуальность исследования, на сегодня остается много нерешенных задач и вопросов, которые до конца не раскрыты и требуют дальнейших разработок. Принципы социальной ответственности и коммерческой организации в общем понимании практически противоположны. Главной целью любой коммерческой организации является получение прибыли, а социально ответственная компания в свою очередь добровольно реагирует на различные проблемы общества, производя социальные инвестиции, что требует определенных затрат ресурсов. Однако, реализуя концепцию социальной ответственности, организация делает своей целью максимальное увеличение вклада в устойчивое развитие, под которым понимается процесс, позволяющий удовлетворять потребности нынешнего поколения, который бы не угрожал лишением данной возможности будущие поколения.

Ссылки:

1. Благов Ю.Е. О социальных инвестициях в России. М., 2008.
2. Зудин А.В. Взаимоотношение крупного бизнеса и власти при В. Путине и их влияние на ситуацию в российских регионах // Региональная элита в современной России. М., 2005.
3. Хаперская А.В. Платежи за загрязнение окружающей среды и их роль в стимулировании рационального природопользования // Вестник науки Сибири: электрон. науч. журнал. 2014. № 1 (11). С. 98–102.

References:

1. Blagov, YE 2008, *About Social Investments in Russia*, Moscow.
2. Zudin, AV 2005, 'The relationship of big business and the government under Putin, and their impact on the situation in the Russian regions', *Regional elites in modern Russia*, Moscow.
3. Khaperskaya, AV 2014, 'Payments for environmental pollution and their role in promoting environmental management', *Journal of Science of Siberia: electronic scientific magazine*, no. 1 (11), p. 98-102.