

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ОБЩЕСТВА

В статье рассмотрено понятие корпоративной социальной политики как одного из важных направлений деятельности предприятия, призванного обеспечивать эффективное взаимодействие предприятия, общества и государства. Проанализированы современные подходы к реализации корпоративной социальной политики предприятия. Выполнен обзор современных трактовок понятия корпоративной социальной политики, предлагаемых отечественными исследователями. Рассмотрены виды корпоративной социальной политики, графически обозначены направления корпоративной социальной политики, представлен перечень возможных мероприятий, которые компании реализуют в рамках корпоративной социальной политики. Раскрыта взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и корпоративной социальной политики.

Ключевые слова: корпоративная социальная политика, корпоративная социальная ответственность, направления корпоративной социальной политики.

**E.R. Meteleva,
A.V. Beltyukov**

CORPORATE SOCIAL POLICY OF ENTERPRISE AND ITS ROLE IN PROVIDING THE WELFARE OF THE SOCIETY

The paper considers the concept of corporate social policy as one of the most important directions in the company's activity, designed to ensure effective interaction of a company, society and the State. The contemporary approaches to the corporate social policy implementation in companies are analyzed. The review of contemporary interpretations of a «corporate social policy», offered by the national researchers, carried out in the paper. The types of corporate social policy reviewed, the directions of corporate social policy visually presented, and the list of possible measures of companies' corporate social policy demonstrated.

Keywords: corporate social policy, corporate social responsibility, directions incorporate social policy.

Учет социального аспекта экономического развития является условием экономического прогресса, а также внутренним фактором устойчивого экономического роста предприятия, который способствует снижению предпринимательских рисков, укреплению конкурентоспособности, повышению эффективности персонала и лояльности потребителей, улучшению репутации компании, созданию позитивного вклад компании в экономическое и социальное развитие территории своего присутствия. Не секрет, что социально-ориентированный бизнес наиболее успешен, и залогом этому служит корпоративная социальная политика предприятия (далее – КСП). В условиях современных экономических

трансформаций, недостаточности бюджетных средств, государству сложно осуществлять социальные функции. КСП становится распространенной практикой российских предпринимателей, предоставляя возможность бизнесу наравне с государством нести бремя социальной ответственности по отношению к своим работникам и местному сообществу.

Однозначная трактовка понятия корпоративная социальная политика в исследованиях российских ученых не сложилась. Некоторые авторы представляют КСП как осуществление дополнительных социальных расходов помимо заработной платы и социальных выплат. Рассмотрим, как трактуется понятие КСП в работах некоторых российских исследователей за последние пятнадцать лет (см. табл.).

Таблица

Трактовки понятия «корпоративная социальная политика»

Автор(ы)	Трактовка
Волгин Н.А.; Егорова В.К. (2003 г.) [4].	Под социальной политикой в прикладном, практическом смысле (контексте) обычно понимают совокупность (систему) конкретных мер и мероприятий, направленных на жизнеобеспечение населения. В зависимости от того, от кого исходят эти меры, кто их главный инициатор (субъект), различают соответствующие виды социальной политики – государственная, региональная, корпоративная и т.д
Костин А.Е. (2004 г.) [8].	КСП – есть вложения и мероприятия компаний по социальному развитию собственного персонала, а также благотворительные проекты местного и федерального значения для нуждающихся слоев населения, а также в различных областях образования, культуры, спорта
Бурджалов Ф.Э. (2004 г.) [3].	КСП заключается в социальной активности предприятия, отражаясь на переменах в структуре трудовых издержек. Последние касаются соотношения основных компонентов оплаты труда в виде собственно заработной платы и социальных выплат
Усатый Н. (2008 г.) [13].	Социальная политика предприятия – это деятельность работодателей и менеджмента по реализации социальных прав и гарантий наемных работников, согласованию социальных интересов
Нечаева Е.И. (2010 г.) [10].	Под корпоративной социальной политикой (в широком смысле) подразумевается деятельность компаний, направленная на достижение всех вышеназванных целей как внутри самих субъектов, так и в интересах территориальных сообществ – ареалах развития бизнеса
Долгорукова И.В. (2011 г.) [6].	КСП – это система управленческих воздействий, направленных на обеспечение эффективного взаимодействия предприятия, общества и государства, создание системы социальных гарантий внутри предприятия, его участие в реализации социальных программ и мероприятий, формирование норм корпоративной культуры
Канаева О.А. (2014 г.) [7].	Корпоративная социальная политика в самом общем виде представляет собой одну из возможных форм реализации корпоративной социальной ответственности; деятельность компании, направленную на выявление социальных запросов и ожиданий заинтересованных сторон, реализацию соответствующих социальных обязательств; механизм выработки и реализации решений в социальной сфере на микроуровне, т.е. уровне отдельной компании

Автор(ы)	Трактовка
Нехода Е.В. (2015 г.) [9, С. 131].	Социальная политика предприятия – это деятельность, направленная на управление персоналом в части создания необходимых условий для трудовой деятельности человека (трудового коллектива) и управления услугами социального характера, включающие в себя все услуги, которые предприятие предоставляет своим сотрудникам и членам их семей, помимо заработной платы на основе закона, коллективных договоров или добровольно.
Бобров Д.В. (2015 г.) [2].	Корпоративная социальная политика - совокупность институтов, ресурсов, процессов по его (потенциала) развитию в соответствии с качественно-количественными параметрами устойчивого функционирования и обеспечения высокой конкурентоспособности крупного хозяйствующего субъекта

Из представленных определений КСП, можно сделать вывод, что корпоративная социальная политика является важным направлением деятельности бизнес-сообщества, обеспечивающим эффективное взаимодействие бизнеса, населения и власти, создание системы социальных гарантий внутри предприятия, его участие в реализации социальных программ и мероприятий, развитие норм корпоративной культуры.

Субъектом КСП являются предприятия, предпринимательские объединения, осуществляющие разработку направлений и норм осуществления КСП, и стимулирующие их соблюдение. В современной ситуации государство также выступает активным субъектом КСП, т.к. эффективная государственная поддержка и система стимулирования российских предприятий позволяет более эффективно реализовывать социальную политику. Объектом КСП является вся совокупность элементов социально-трудовой жизни общества от возникновения потребности в обновлении социальной сферы до создания предмета ее удовлетворения, что, в свою очередь, порождает новые потребности, и этот цикл повторяется непрерывно [6, с. 21].

КСП можно выделять как внутреннюю по отношению к хозяйствующему субъекту, так и внешнюю.

Внутренняя социальная политика является результатом внутрикорпоративной социальной деятельности предприятия, которая направлена на удовлетворение запросов и ожиданий внутренних стейкхолдеров (персонал, менеджеры, собственники). Внутренняя КСП ограничивается пространством предприятия, направлена на его работников, на развитие корпоративной культуры. Это устойчивая структура управления системой взаимодействия внутри организации, которая основана на учете социальных потребностей работников и выстраивается в зависимости от социальной стратегии предприятия. Внутрикорпоративная социальная ответственность предусматривает принятие и соблюдение социальных обязательств, норм и ценностей, как руководителей, так и работников, и предполагает деятельность предпринимателя в соответствии с нормами трудового законодательства.

Внешняя социальная политика является результатом социальной деятельности компании, направленной на удовлетворение запросов и ожиданий внеш-

них стейкхолдеров (клиенты, потребители, партнеры по бизнесу, местные сообщества и пр.). Внешняя КСП ориентируется на местные сообщества, развитие территории, где предприятие осуществляет свою деятельность, ответственность перед населением в целом и различными контактными группами бизнеса (инвесторами, потребителями, акционерами, общественными организациями, органами власти, средствами массовой информации). Внешняя составляющая КСП предполагает причастность компании к социальной жизни общества, продуктивное и результативное взаимодействие с государством, конкурентами и партнерами.

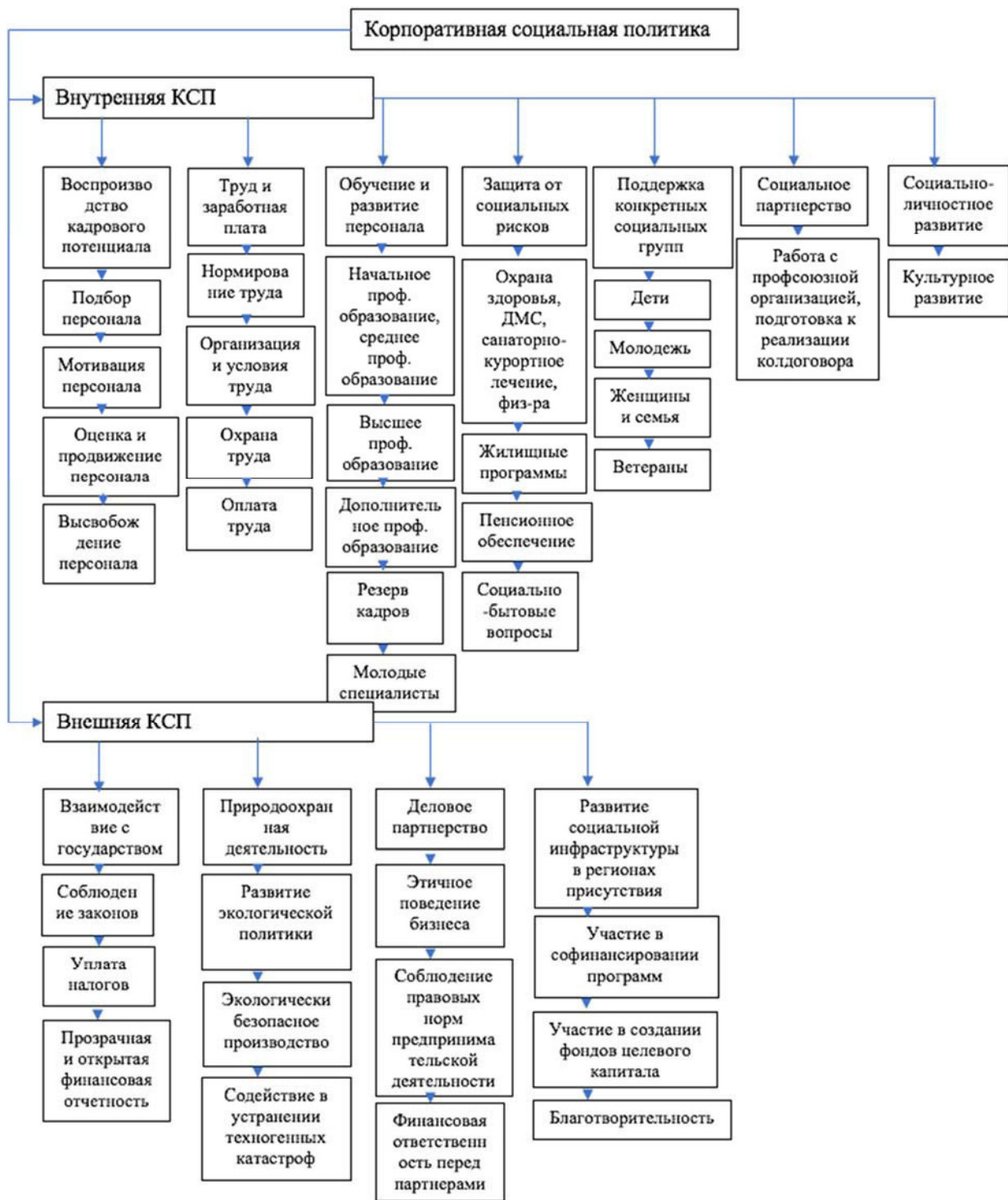
Анализ структуры КСП, ее основных направлений представляет большой интерес как в теоретическом, так и в практическом плане. Приведем направления внутренней и внешней КСП предприятия (см. рисунок).

Таким образом, КСП предусматривает включение в документы стратегического целеполагания комплекса мероприятий, которые обеспечивают эффективное решение приоритетных корпоративных социальных задач и внешних общественных проблем и добровольное исполнение взятых обязательств. Отметим, что целью КСП является повышение благосостояния населения, обеспечение высокого уровня и качества жизни.

Многие исследователи, предметом внимания которых является корпоративная социальная ответственность (далее – КСО), отмечают, что в настоящее время в США и многих странах Евросоюза накоплен значительный опыт корпоративной социальной деятельности, сформированы общие критерии и стандарты КСО [1; 5; 8; 11; 12].

Поддерживая мнение О.А. Канаевой, мы предлагаем рассматривать КСО как основной элемент или направление КСП. Также стоит согласиться с фактом некоторой оторванности исследований КСП в России от более общей проблематики КСО и устойчивого развития [7]. На сегодняшний день отсутствует однозначное понятие КСО. По нашему мнению, наиболее точным является понятие КСО, данное С.Ю. Чмель: «Корпоративная социальная ответственность – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы, которая выходит за рамки обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом» [14, с. 200].

В условиях нестабильности экономических процессов в стране и действия международных санкций основной задачей российского бизнес-сообщества и органов власти является поиск и создание механизмов, обеспечивающих конкурентоспособность и социально-экономическую устойчивость организаций на долгосрочную перспективу.



Основные направления КСП предприятия

Вектор развития КСО задает именно публичная власть. Принятый курс устойчивого развития страны предусматривает решение макроэкономических задач на уровне государства, оптимизацию бизнес-процессов компаниями на локальном уровне, ориентированность отечественного производителя на качественный результат, высокую конкурентоспособность отечественных товаров и услуг.

Кризисные явления в стране предоставляют возможность бизнесу и власти совместно решать комплекс социальных проблем, что и станет новым примером

долгосрочного роста, нацеленного на увеличения уровня благосостояния российских граждан.

Список использованной литературы

1. Бенцион В. Д. Формирование корпоративной социальной ответственности в странах БРИКС / В. Д. Бенцион, Ж. С. Беляева // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2015. – №5. – С. 765–777.
2. Бобров Д. В. Развитие методического обеспечения корпоративной социальной политики: автореф. ... дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / Д. В. Бобров. – М., 2015. – С. 24.
3. Бурджалов Ф. Э. Социальная сфера предприятия: корпоративный вариант / Ф. Э. Бурджалов // Труд за рубежом. – 2004. – № 1. – С. 95–112.
4. Волгин Н. А. Социальная политика: учебник / под общ. ред. Н. А. Волгина. – М. : Издательство «Экзамен», 2003. – 736 с.
5. Долгорукова И. В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики: автореф. дис. ... д-ра соц. наук: 22.00.08. / И. В. Долгорукова. – М., 2011. – 47 с.
6. Долгорукова И. В. Современные практики реализации корпоративной социальной политики на российских предприятиях / И. В. Долгорукова // Вестник университета МГИМО. – 2014. – С. 206–214.
7. Канаева О. А. Социальная политика российских компаний 2.0: новая версия для устойчивого развития (ч. 2) [Электронный ресурс] / О. А. Канаева // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 3 (51). – Режим доступа: <http://m-economy.ru/art.php?nArtId=5068> (06.04.2018).
8. Костин А. Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для России / А. Е. Костин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 112–122.
9. Нехода Е. В. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / науч. ред. Е. В. Нехода. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. – 340 с.
10. Нечаева Е. И. Развитие корпоративной социальной политики: механизмы планирования, реализации и контроля: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Е. И. Нечаева. – М., 2010. – 26 с.
11. Пономарев С. В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки / С. В. Пономарев. – М. : Торгово-промышленная палата Пермского края, 2014. – 21 с.
12. Строева О. А. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты / О. А. Строева, Н. В. Мироненко, Х. М. Иванов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – Т 11. – № 1. – С. 120–130.
13. Усатый Н. Предприятие как субъект социальной политики / Н. Усатый // Человек и труд. – 2008. – № 6. – С. 37–38.
14. Чмель С. Ю. Корпоративная социальная ответственность в условиях модернизации экономики / С. Ю. Чмель // Известия высших учебных заведений. – 2011. – № 2. – С. 198–205.

Информация об авторах

Метелева Елена Растиславна – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и государственного управления, Байкальский государственный университет, Россия, г. Иркутск, e-mail: elenameteleva@ya.ru.

Бельтюков Алексей Владимирович – студент магистратуры, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск; e-mail: chackifinster@gmail.com.

Authors

Metleva Elena Rastislavna – DSc in Economics, Professor, Department of Economics and Public Administration, Baikal State University, 11 Lenin str., Irkutsk, 664003, e-mail: elenameteleva@ya.ru.

Beltyukov Alexey Vladimirovich – master student, Chair of Management, Marketing and Services, Baikal State University, Irkutsk; e-mail: chackifinster@gmail.com.