

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий

Направление подготовки 38.04.01 Экономика, профиль «Экономика фирмы и корпоративное планирование»

Кафедра Экономики

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема работы

Влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность китайских коммерческих банков в современных условиях

УДК 055.35.336.713(510)

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ51	Го Хао		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент кафедры экономики	Плучевская Эмилия Валерьевна	канд. экон. наук, доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Экономики	Барышева Галина Анзельмовна	Д-р экон. наук, профессор		

Томск – 2017 г.

Планируемые результаты обучения по ООП
38.04.01 Экономика, профиль «Экономика фирмы и корпоративное планирование»

<i>Код результата</i>	<i>Результат обучения (выпускник должен быть готов)</i>	<i>Требования ФГОС-3+, критериев и/или заинтересованных сторон</i>
<i>Универсальные компетенции</i>		
P1	Самостоятельно применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля, осознавать интеллектуальное, культурное, нравственное, профессиональное саморазвитие и самосовершенствование в экономических областях	Требования ФГОС-3+ (ОК-1,2,3, ПК-7,8,9), Критерий 5 АИОР (2.6), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P2	Эффективно работать индивидуально и в качестве члена команды, демонстрируя навыки руководства отдельными группами исполнителей, уметь проявлять личную ответственность, приверженность профессиональной этике и нормам профессиональной деятельности в экономике	Требования ФГОС-3+ (ОПК-3, ПК-11,12) Критерий 5 АИОР (п. 2.3), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P3	Общаться в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать и представлять экономическую документацию, защищать результаты	Требования ФГОС-3+ (ОПК-1,2, ПК-2,4) Критерий 5 АИОР (п. 2.2), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
<i>Профессиональные компетенции</i>		
P4	Уметь организовывать сбор, обработку, анализ и систематизацию статистической, научной, правовой и другой информации для выбора адекватных методов и средств решения исследовательских задач, на основе их научно-аналитических отчетов, обзоров, публикаций по Экономика фирмы	Требования ФГОС-3+ (ОК-1,2, ОПК-2, ПК-1,2,3,4,8,9,11,13) Критерий 5 АИОР (п. 1.1.,1.2), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P5	Проанализировать экономическое состояние финансовой стабильности и рентабельности фирмы в условиях неопределенности внешней среды	Требования ФГОС-3+ (ОК-2, ОПК-1, ПК-3,4,8,9,10,13) Критерий 5 АИОР (п. 1.2. 1.4), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P6	Уметь анализировать и использовать учет данных, налоговый, операционный и экономический учет для организации и управления фирмой на новый уровень, определение резервов и факторов роста, совершенствование своей политики, подготовку текущих и будущих планов развития	Требования ФГОС-3+ (ОПК-3, ПК-3,6,7,9,12) Критерий 5 АИОР (п. 1.6.), согласованный с требованиями международных стандартов <i>EUR-ACE</i> и <i>FEANI</i>
P7	Уметь разработать систему социально-экономических показателей, отражающих	Требования ФГОС-3+ (ПК-5,6,8,10,12). Критерий 5 АИОР (п

	государственные компании; Обосновать свою методологию расчета для прогнозирования динамики показателей предпринимательской деятельности; Составлять планы и бюджеты для развития фирм	1.1.,1.3.), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P8	Обладать способностью к саморазвитию задач развития компании, получения проектных решений, их экономическим обоснованиям, разработке методологических и нормативных документов, предложений и мер по реализации разработанных проектов и программ, оценке их эффективности	Требования ФГОС-3+ (ОПК-3, ПК-5,6,8,10,11,12) Критерий 5 АИОР (п. 1.5.), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P9	Развивать навыки руководителя экономических служб и отделов предприятий и организаций различных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти для выполнения задач в области экономической политики компании	Требования ФГОС-3+ (ОПК-1,3, ПК-11,12) Критерий 5 АИОР (п. 2.3), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P10	Разработать и обосновать Варианты управленческих решений, организовать команду по внедрению и распространению современных методов организации и управления, разработке стратегии и планированию деятельности фирмы за счет внедрения современных технологий управления	Требования ФГОС-3+ (ПК-7, 11,12) Критерий 5 АИОР (п. 1.5.), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P11	Осуществлять преподавание экономических дисциплин (прежде всего экономика) в общеобразовательных школах, учреждениях высшего профессионального и среднего профессионального образования и образовательных учреждениях дополнительного профессионального образования	Требования ФГОС-3+ (ОК-1,3, ОПК-2,3, ПК-9,13,14). Критерий 5 АИОР (п. 2.4, 2.5), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI
P12	Приобретать и использовать навыки, педагогические навыки, методику преподавания: подготовка учебных материалов; Разработать планы работы и программы; Выбрать соответствующие дидактические инструменты и методологию; Подготовить задания для обучающихся групп; Анализировать результаты реализации образовательной программы	Требования ФГОС-3+ (ОК-2,3, ОПК-1,3, ПК- 1,2,3,9). Критерий 5 АИОР (п. 2.4, 2.5), согласованный с требованиями международных стандартов EUR-ACE и FEANI

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт социально-гуманитарных технологий

Направление подготовки 38.04.01 Экономика, профиль «Экономика фирмы и корпоративное планирование»

Кафедра Экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой экономики

_____ Г.А. Барышева

(Подпись) (Дата)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

магистерской диссертации

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБМ51	Го Хао

Тема работы:

Влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность китайских коммерческих банков в современных условиях

Утверждена приказом директора (дата, номер)

№ 5429/С от 08.07.2015 г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:

05 июня 2017 г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ;

Исходные данные к работе <i>(Название объекта исследования или дизайна; Производительность или нагрузка; режим работы (Непрерывный, периодический, циклический и т. Д.); Товарного или материального продукта; Требования к продукции, Продукт или процесс; Услуги специальных требований Функционирования (эксплуатации) объектов или продуктов Воздействие безопасности на Окружающая среда, потребление энергии; экономическая анализ)</i>	Объект исследования – влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков .
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(Аналитический обзор литературы с Установить достижения мировой науки и техники в Рассматриваемый район; постановка задачи Исследования, дизайн, инжиниринг; Содержание исследовательской процедуры, дизайна, дизайн; Обсуждается результат Работы, название дополнительных разделов быть разработанным; Завершение работы).</i>	Задачи: 1. Проанализировать и систематизировать структуру корпоративной социальной политики с позиции институциональной и функциональной сущности. 2. Выявить особенности корпоративной социальной политики. 3. Оценить влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских

	<p>коммерческих банков в современных условиях.</p> <p>4. Разработать стратегию применения корпоративной социальной политики к коммерческим банкам с целью повышения показателей эффективности их деятельности электроэнергетики России.</p>
<p>Перечень графического материала</p> <p><i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	<p>Таблицы, графики, рисунки, в т.ч. схемы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Многоуровневая пирамида ответственности бизнеса перед обществом – Модель Митчелла – Основные стратегии и направления корпоративной социальной политики – Взаимосвязи структуры методического обеспечения КСП с управленческими факторами эффективности КСП и основными звеньями алгоритма работы с социальной информацией – Основные характеристики действующих моделей КСО
<p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</p> <p><i>(с указанием разделов)</i></p>	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Черепанова Наталья Валерьевна
Иностранная часть	Богоряд Наталия Владимировна
<p>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</p>	
На русском	На английском
Введение	Introduction
<p>1. Теоретические аспекты корпоративной социальной политики</p> <p>1.1 Анализ существующих стратегий корпоративной социальной политики</p> <p>1.2 Инструменты реализации корпоративной социальной политики</p> <p>1.3 Основные этапы формирования корпоративной социальной политики</p>	1.3 The main stages of formation of corporate social policy
<p>2. Особенности корпоративной социальной политики России и Китае Сравнительный анализ</p> <p>2.1 Особенности корпоративной социальной политики в России</p> <p>2.2 Особенности корпоративной социальной политики в Китае</p> <p>2.3 Специфика корпоративной социальной политики в коммерческих банках</p>	
<p>3. Стратегия корпоративной социальной политики в коммерческих банках Китая</p> <p>3.1 Влияние корпоративной социальной политики на эффективность коммерческого банка</p> <p>3.2 Корпоративная социальная политика как</p>	

инструмент повышения эффективности внешне-экономической деятельности банка	
Заключение	Conclusion

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	25 января 2017 г.
---	-------------------

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент кафедры экономики	Плучевская Эмилия Валерьевна	канд. экон. наук, доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ51	Го Хао		

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО		
ЗБМ51	Го Хао		
Институт	НИ ТПУ	Кафедра	экономики
Уровень образования	магистратура	Направление/специальность	38.04.01 Экономика, профиль «Экономика фирмы и корпоративное планирование»

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологический процесс механического оборудования) <i>на тему внешнего вида:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шум, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующее излучение) - опасные проявления факторов производства - среды (механической природы, термического - природа, электрический, огонь, природа) - чрезвычайные ситуации социального характера 	<p>Описание рабочего места офисов в Китайский промышленно-коммерческий банк (ICBC) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды: в офисах установлено местное и общее освещение, кондиционеры, электромагнитные поля на низком уровне, метеоусловия в норме. - опасных проявлений факторов производственной среды: в офисах установлена пожарная сигнализация, имеется запасной выход. Рабочие места оборудованы в соответствии с нормами техники безопасности.
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Закон о безопасности труда и промышленной санитарии 2. ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности»; 3. Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000; 4. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности; 5. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; 	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение техники безопасности, персонал проходит инструктаж по технике безопасности; - поддержание социально значимой заработной платы и стабильность выплаты заработной платы; - работники предприятия получают соц. пакет; - оказание помощи работникам в критических ситуациях.
--	---

<p>- Системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в критических ситуациях.</p>	
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местными органами власти; - спонсорство и корпоративная филантропия; - ответственность перед потребителями товаров и услуг (производство качественных товаров) - желание участвовать в кризисных ситуациях и т. д.</p>	<p>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями продукции.</p>
<p>3. Правовые и организационные вопросы социальной ответственности: - анализ правовых норм трудового права; Анализ специального (характеристика области деятельности исследования) нормативно-правового законодательства; - анализ внутренних нормативных документов и положений организации в полевых исследованиях</p>	<p>Анализ правовых норм трудового законодательства – ТК Китая; Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации – устав предприятия, приказы, договора.</p>
<p>Перечень графического материала:</p>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	
<p>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</p>	<p>02.06.2017</p>

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры менеджмента	Черепанова Наталья Валерьевна	канд. филос. наук, доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ51	Го Хао		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа 166 с, 8 рис., 6 табл., 63 источника, 3 прил.

Ключевые слова: стратегия, корпоративная социальная политика, китай, коммерческий банк, социальная ответственность, .

Объектом исследования является влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков в современных условиях.

Цель работы – изучение влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков в современных условиях.

В процессе исследования систематизировать и проанализировать структуру корпоративной социальной политики с функциональной сущности и позиции институциональной; Выявить особенности корпоративной социальной политики; Оценить влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков в современных условиях.

В результате исследования разработать стратегию применения корпоративной социальной политики к коммерческим банкам с целью повышения показателей эффективности их деятельности.

Основные конструктивные, технологические и технико-эксплуатационные характеристики: магистерская диссертация состоит из трех частей: в первой рассмотрены теоретические аспекты корпоративной социальной политики. Во второй проанализировано особенности корпоративной социальной политики России и Китая. В третьей исследованы стратегия корпоративной социальной политики в коммерческих банках Китая. Выпускная квалификационная работа выполнена в текстовом редакторе Microsoft Word 10.0 и представлена на CD-диске.

Степень внедрения: основные положения и выводы настоящей работы апробированы при прохождении преддипломной практики на предприятии «Китайский промышленно-коммерческий банк (ICBC)».

Область применения: результаты исследования могут быть использованы руководителями, специалистами организационно-правовых и планово-экономических служб, государственными структурами в управлении топливно-энергетического комплекса, а также в преподавании ряда социально-экономических дисциплин.

Экономическая эффективность/значимость работы определяемый тем, что развивается в этой позиции, сможет расширить теоретические основы изучения корпоративной социальной политики как социального явления в внутрифирменных трудовых отношениях. Выводы диссертационного исследования могут быть использованы в формировании корпоративной социальной политики для принятия управленческих решений по созданию системы социально ответственного поведения компаний.

В будущем планируется глубже изучить влияние корпоративной социальной политики на деятельность коммерческих банков, разработать подробную методику по оптимизации данного процесса в банковских отрасли.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

Определения

В работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – представляется о том, что бизнес охотно берет на себя дополнительные обязанности перед обществом. Другие исследователи определяют этот термин как обязательство бизнеса содействовать развитию общества.

Коммерческий банк — кредитное учреждение, осуществляющее банковские операции для юридических и физических лиц (расчётные, платёжные операции, привлечение вкладов, предоставление ссуд, а также операции на рынке ценных бумаг и посреднические операции)Процентные ставки по выданным кредитам выше процентных ставок по вкладам. Разница между этими показателями является банковской прибылью – маржой. Эпитет «коммерческий» в отношении банка условен, потому что означает, что главной целью деятельности организации является получение прибыли. В то же время встречаются банки, специализирующиеся более глубоко на отдельных банковских услугах.

Корпоративная социальная политика(КСП) – составная часть государственной социальной политики, регулирующая отношения в обществе его различных социальных слоев и групп. Социальные институты, процедуры и механизмы служат инструментами реализации этих интересов, борьбы их представителей за приоритеты в экономической и социальной политике. Ключевую роль при этом играют институты и механизмы социального партнерства.

Нормативные ссылки

В настоящей работе использованы ссылки на следующие стандарты:

1. Закон о безопасности труда и промышленной санитарии
2. ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности»;
3. Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000;
4. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности;
5. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда.

Сокращения

В данной работе применены следующие сокращения:

КСП – корпоративная социальная политика;

МО – методическое обеспечение;

СЕВ – China Everbright Bank;

КСО – корпоративная социальная ответственность;

ЧПК – человеческая потенциала компания;

РСПП – российский союз промышленников и предпринимателей;

ICBC – китайский промышленно-коммерческий банк;

МОТ – международной организации труда;

ЭСИСП – эффективные социальные инвестиции и партнерства;

ЧО – общая численность работников;

ТРЗП – темп роста заработной платы;

ФОТ – фонд оплаты труда

Оглавление

Введение	13
1 Теоретические аспекты корпоративной социальной политики	17
1.1 Анализ существующих стратегий корпоративной социальной политики ...	17
1.2 Инструменты реализации корпоративной социальной политики	29
1.3 Основные этапы формирования корпоративной социальной политики.....	35
2 Особенности корпоративной социальной политики России и Китае Сравнительный анализ	44
2.1 Особенности корпоративной социальной политики в России.....	44
2.2 Особенности корпоративной социальной политики в Китае.....	59
2.3 Специфика корпоративной социальной политики в коммерческих банках.	74
3 Стратегия корпоративной социальной политики в коммерческих банках Китая.....	82
3.1 Влияние корпоративной социальной политики на эффективность коммерческого банка China Everbright Bank.....	82
4 Социальная ответственность ICBC.....	102
Рисунок 10 – Индекс среды и социальный индекс.....	106
Заключение	107
Список публикаций студента	113
Список используемых источников.....	114
Приложение А	120
Приложение Б.....	128
(справочное)	128
Приложение В	138
CD.....	в конце на обороте обложки

Введение

В современном мире бизнеса все больше приходит осознание, что успешность и процветание предприятия прямо зависит от сложившегося образа потребителя о компании и лояльности его работников. При условии роста конкуренции значительное место в деятельности организации стали проявлять явление, как "человеческий" или социальный фактор. Потребителей лучше пользоваться услугами или приобретать товары у предприятий, которые занимаются благотворительностью, поэтому они, без особых усилий косвенно участвуют в улучшении социального благополучия общества.

По различным данным опроса общественного мнения, более половины потребителей предпочитают социально-активной компании, при этом более половины руководителей считают, социальная активность является важным аспектом деятельности компании.

Корпоративная социальная политика предполагает в качестве внешних воздействий на общество и внутреннего персонала. Внутреннее направление социальной политики предприятия, занимает важное место в его деятельности, в результате эффективного управления этой политикой мы получаем преданных сотрудников, которые лояльны к своей компании, а также дружный, сплоченный коллектив. Внешняя корпоративная социальная политика оказывает косвенное влияние на потребность в данной организации, а внутренний – для оказания услуг, производства товаров.

В процессе изучения литературы в этой области, было отмечено, что в этой теме плотно пересекаются термины "социальная ответственность" и "социальная политика". Но внимательно изучив этот вопрос, можно утверждать, что эти понятия несут разный смысл. Социальная политика – понятие, которое включает в себя методология и теория, и социальная ответственность – практическая концепция, которая предполагает конкретные

действия для бизнеса.

Крупные предприятия уже осознали важность социальной активности, и постоянно стараемся сделать много действий, чтобы поддерживать статус "социально ответственное предприятие". Для этого, в том числе создание специального подразделения, структуры, которые предназначены для ведения общественной деятельности. Все больше и больше компаний публикуют свои годовые социальные активности на своем официальном сайте в ресурсах Интернета. Западные компании уже давно осознали важность этого направления, а утверждать, что хорошо продуманные, а главное эффективной корпоративной социальной политики позитивно влияет на создание положительного отношения клиентов, а также дает экономические выгоды.

В связи с вышеизложенным можно констатировать теоретическую и практическую актуальность в формировании научной стратегии развития корпоративной социальной ответственности на всех уровнях управления экономикой, системы менеджмента организаций и государственных органов управления.

Степень научной разработанности проблемы. Степень разработанности проблемы. Фундаментальный вклад в создание, становление и развитие теории КСО внесли зарубежные ученые. Среди них: Беккер Г., Боуэн Г., Бломстром Р., Бэббидж Ч., Виндзор Д., Ван Марревиик М., Девис К., Керолл А., Престон Л., Пост Д., Сен-Симон К.А., Штойер Р. Систематизированные исследования концепции КСО были проведены Акерманом Р., Ван Марревииком М., Виндзором Д., Вудом Д., Керролом А., Кларксоном М., Левитом Т., Лонгсдоном Д., Свансоном Д., Фридманом М., и др.

Вместе с тем, несмотря на то, что проблемам реализации в российской деловой и научной среде уделяется определенное внимание, нерешенным остается целый пласт проблем как теоретического, так и прикладного характера. Окончательно не установлены теоретические постулаты КСО и их

особенности на современном этапе, не определены институциональные основы развития КСО как института развития экономики страны и предприятий, слабо исследована специфика КСО банковских организаций.

Необходимость осмысления и решения данных проблем обусловили научную и практическую актуальность исследования и определили выбор его целей.

Предмет и объект исследования.

Объект – влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков в современных условиях.

Предмет – корпоративная социальная политика как фактор повышения эффективности системы внутрифирменных трудовых отношений на исследуемом предприятии.

Цель исследования – Разработать стратегию применения корпоративной социальной политики к коммерческим банкам с целью повышения показателей эффективности их деятельности.

Поставленная цель диссертационной работы определила необходимость решения следующих задач:

1. Систематизировать и проанализировать структуру корпоративной социальной политики с функциональной сущности и позиции институциональной.

2. Выявить особенности корпоративной социальной политики.

3. Оценить влияние стратегии корпоративной социальной политики на деятельность Китайских коммерческих банков в современных условиях.

4. Разработать стратегию применения корпоративной социальной политики к коммерческим банкам с целью повышения показателей эффективности их деятельности.

Методологическая, теоретическая и эмпирическая база исследования.

При выработке исследовательской концепции использованы идеи

отечественных и зарубежных ученых в области экономической социологии, социологии предпринимательства, социологии труда. Методологической составляющей диссертационного исследования является системный подход к анализу корпоративной социальной политики, где последняя понимается как одно из важнейших условий для социального развития современного Китая. Изучение развития корпоративной социальной политики может привести к использованию структурно-функционального и институционального подходов. Эмпирическую базу исследования, проведенного с участием автора, составил опрос сотрудников и менеджеров на исследование компании с целью выявления уровня удовлетворенности персонала, качества трудовой жизни на предприятии.

Корпоративная социальная политика влияет на эффективность внутрикорпоративных трудовых отношений на предприятии.

Научная новизна состоит в разработке модели корпоративной социальной политики как одного из инструментов повышения эффективности внутрифирменных трудовых отношений, определения критериев этой эффективности.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что созданное в этой позиции смогут расширить Теоретические основы исследования корпоративной социальной политики как социального явления в внутрифирменных трудовых отношений. Выводы и практические рекомендации диссертации могут быть использованы в формировании корпоративной социальной политики для принятия управленческих решений по созданию системы социально ответственного поведения предприятия.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и приложений. Основной текст работы состоит из 156 страниц.

1 Теоретические аспекты корпоративной социальной политики

1.1 Анализ существующих стратегий корпоративной социальной политики

Для научного понимания корпоративной социальной политики как комплексного механизма воспроизводства человеческого потенциала компании (далее ЧПК) необходимо сформулировать несколько предварительных тезисов методологического характера. Во-первых, следует рассматривать категорию «социальная ответственность» в качестве исходной, поскольку процесс воспроизводства ЧПК реализуется именно на базе социально ответственного взаимодействия трудящихся, работодателей и государства. Во-вторых, в данном контексте логично всесторонне исследовать корпоративную социальную ответственность (КСО) как важнейшую форму исходной категории применительно к крупному хозяйствующему субъекту (корпорации). В-третьих, в порядке конкретизации наработок по первым двум позициям представляется обоснованным изучить теорию и практику корпоративной социальной политики как воплощения принципов КСО¹.

Значимость категории «социальная ответственность» обусловлена, в первую очередь, тем, что только на ее базе возможно поступательное развитие отечественной экономики и обеспечение ее конкурентоспособности в международном масштабе. Очевидно, что лишь на такой основе возможен рост благосостояния населения страны, а также процветание отечественного бизнеса, т.е. социальная ответственность превращается в важный фактор повышения качества совокупной рабочей силы, усиления её мобильности и ускорения адаптации трудящихся к быстро меняющимся социально-

¹ Ворожейкин И.Е. Управление социальным развитием организации. М.: ИНФРА-М. 2007. С. 45–132.

экономическим условиям. Это, в свою очередь, призвано обеспечить стабильность общественного развития, благоприятный инвестиционный климат и рост ВВП.

Что касается определения категории «корпоративная социальная ответственность» (КСО), то он представляет собой «концепцию, согласно которой бизнес добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом». Другие исследователи определяют термин как обязательство бизнеса осуществлять вклад в развитие общества.

В свете вышеизложенного несомненна целесообразность мер по усилению мотивации российских предпринимателей в плане инвестиций в повышение образовательного уровня и производственного потенциала используемого персонала. В качестве одной из мер могло бы послужить введение налоговых льгот для работодателей, уделяющих значительное внимание обучению и повышению квалификации своих работников.

Крайне позитивным в рассматриваемом аспекте является опыт Сингапура, на что неоднократно указывалось в материалах Международной организации труда (МОТ). Из выводов этой авторитетной международной организации следует, что в данном государстве удалось найти эффективное сочетание промышленной, образовательной и социальной политики государства, что самым благоприятным образом влияет на привлечение масштабных капиталовложений. В соответствующем государственном органе, ведающем вопросами инвестиций, важную роль играют профсоюзы и реализуются принципы трипартизма (т.е. социального диалога между трудящимися, работодателями и государством). Именно данный институциональный механизм трактуется властями страны как краеугольный камень обеспечения долгосрочных инвестиционных гарантий².

² Тульчинский Г.Л. Бизнес в России. Проблема социального признания и уважения. М.: Вершина, 2014. 384 с.

Вышеизложенное позволяет сделать принципиальный вывод о том, что функционирование системы социально-трудовых отношений на основе механизмов социального диалога, с одной стороны, усиливает взаимную ответственность непосредственных участников производства, а с другой способствует росту эффективности производства, повышению конкурентоспособности национальной экономики в глобальном масштабе.

Отрадно, что с начала текущего столетия идеи о важности социального диалога, взаимной ответственности социальных партнеров становятся всё более распространенными. Уже не подвергается сомнению важность научного обоснования параметров и критериев оценки вышеназванных процессов. Справедливости ради следует подчеркнуть, что материалы в адрес бизнес-сообщества, часто подчеркивают уже известные вещи о необходимости обеспечения социального прогресса. Более конкретно, используются средства, к сожалению, не столь разнообразны и сводится в основном к утвержденным критериям ТПП социальной ответственности бизнеса. Среди них делается упор на два аспекта: во-первых, важность прозрачности и обоснованности оплаты деятельности топ-менеджеров, связав их мотивационный пакет с зарплатами рядовых сотрудников; во-вторых, экономическую и социальную значимость инвестиций в системе переподготовки и повышения квалификации рядовых работников и менеджеров среднего звена (особенно этот аспект важен в отношении работников не защищенных по тем или иным причинам коллективными договорами).

В контексте проблематики социальной ответственности важно подчеркнуть, что мы должны говорить о ее взаимности. Иными словами, одним из принципов социального партнерства является Положение о симметрии подходы всех участников производства и социально-экономических процессов. В то же время, кажется далеким от современной

реальности подход, согласно которому полностью уравнивает возможности работника и государства, работника и предпринимателя. Это объясняется тем бесспорным фактом, что "вход" в систему социального партнерства масштабы и возможности не равнозначны. Государство-это власть гигантского управленческого аппарата и бюджетных ресурсов, для работодателя – накопленный капитал, материально-технические и технологические фонды, доступ к кредитам и т. д. и работник человеческий потенциал и сила солидарности трудящихся.

Таким образом, под симметрией подходов следует понимать не буквально, их личности, и их сопоставимость, в плане осознания ответственности за точное соблюдение установленных норм и процедур социального взаимодействия³.

Представляется необходимым дать краткий обзор ряда терминов, появившихся в середине XX века в связи с качественными изменениями в отношениях бизнеса с обществом, а также в механизмах взаимодействия работников и работодателей. Среди них: "благотворительность", "филантропия", "социальные честность", "социальный маркетинг" и так далее. Так, в 50-е гг. XX века в США был сформулирован ряд концепций, регламентирующих взаимодействие предприятий (бизнес- структур) и общества. В рамках того же временного периода времени были разработаны, такие как: "социальная целостность", "социальная чувствительность", "социальная деятельность" и др.). Вопросы социальной ответственности была сформулирована г. Боуэн в 1953 году. Это, в частности, определено, что их отношения с обществом, бизнес должен пытаться проводить политику, которая бы желательно с точки зрения и ценностей общества.

³ Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. М.: Перо. 2015. 254 с.

В развитие положений, сделанных в 80-е годы XX века ряд других исследователей социальной ответственности в сфере предпринимательства рассматривается в более широком контексте. Появление в начале XXI века концепции "устойчивого развития" и "корпоративного гражданства" дала толчок развитию теоретических основ КСО в трудах таких авторов, как К. Дэвис, р. Мозаика, Джон. MacGuire, С. Сети, А. Кэрролла. Последние систематизированы существующие подходы, предлагаю аккумулялировать их в концепции социальной ответственности бизнеса, используя ее в качестве "ядра" определенным образом связано с другими понятиями. Концепция КСО А. Кэрролла представлена в виде многоуровневой пирамиды ответственности бизнеса перед обществом на рисунке 1.

В соответствии с пунктом Кералла А. Журек зрения, социально ответственный бизнес-это тот, который сочетает в себе все виды ответственности.

На основе проводника модель КСО основывается дальнейшее исследование проблемы определила: в частности, с учетом предлагаемых уровней ответственности был разработан подход, называемый центристский (теория "разумного эгоизма"), который, в отличие от подходов "корпоративный эгоизм" и "корпоративного альтруизма", предполагает инвестиции в социальную сферу и работать на долгосрочную перспективу, а также создание позитивного социального окружения.

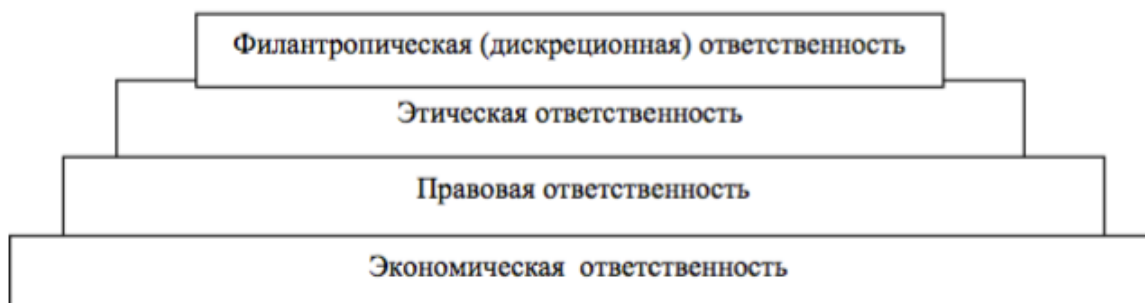


Рисунок 1 – Многоуровневая пирамида ответственности бизнеса перед

обществом

Учитывая специфику КСО в российских условиях, следует отметить следующие характерные особенности:

- 1) относительно недавно (конец 90-х-начале 2000-х 35-х) социальная ответственность бизнеса как социального явления;
- 2) исторически сложившееся практика благотворительности, меценатства в социальной и культурной сфере.

Статистика показывает, что в 80-е годы 32 миллиона советских граждан жили в квартирах, которые находятся на балансе предприятий; 30 млн. – был использован, принадлежащих к производственной сфере медицинских и оздоровительных учреждений; 1,5 млн. детей ежегодно отдыхали в детских оздоровительных учреждениях, принадлежащих промышленным предприятиям. В 1993 году, по данным из того же источника, социальные расходы предприятий составляли 3,3% от ВВП, предприятия на одну четверть покрывали расходы на жилье, образование, культура и спорт .

Более поздние тенденции наблюдались в сокращение социальной инфраструктуры, ее стабилизация и оптимизация, избавление от "непрофильных активов" с передачей социальных объектов к городским властям. Статистика показывает, что в 1990-2000-е гг. от 60 до 80% объектов социальной инфраструктуры было передано от предприятий к муниципалитетам. К 2003 году более половины предприятий, переданных социальных объектов на баланс прошлым: жилищно – 57 % компаний, загородные дома – 54 %, детских садов – 86 %. С начала 2000-х был отмечен экономический рост, что позволило компании перейти к реструктуризации социальной инфраструктуры.

Методические основы развития КСО подтверждены в исследованиях отечественных экономистов. Рассмотрим некоторые трактовки КСО, который,

учитывая российскую специфику, можно трактовать в широком (он включает в этом случае все перечисленные компоненты пирамиды КСО А. Кэролла), и в узком смысле. Статистические данные свидетельствуют о том, что широкое понимание КСО занимает 47 % руководителей. В то же время, 23% российских компаний продолжают придерживаться узкого толкования КСО. Интересны также результаты исследований, проведенных в региональном разрезе: например, в большинстве китайских компаний, а именно 50 % предпринимателей придерживаются широкого, социально-ориентированного понимания КСО, в то время как 25 % респондентов придерживаются узкого подхода, указывая, что основное бремя расходов на социальную сферу лежит на государстве, задача же бизнеса – чтобы реализовать свою экономическую и юридическую ответственность (приносить прибыль и платить налоги), тем самым предоставляя государству возможность для реализации социальной политики.

Следует подчеркнуть, что представители силовых структур, давая определение и направления КСО и что они часто вводятся только широкие социальные обязательства бизнеса.

Представляется необходимым в соответствии с целями и задачами настоящего исследования принять во внимание и согласиться с точкой зрения ряда исследователей, согласно которой данная категория понимается как «действия компании, добровольно берущей на себе дополнительные обязательства социального характера, соответствующие этическим, юридическим, и прочим публично выраженным ожиданиям общества или превосходящие эти ожидания»⁴. Несомненно, что трактовку содержания КСО следует тесно увязывать с другими основополагающими категориями

⁴ Нецадин А., Горин Н., Тульчинский Г. [и др.] Социальная политика российских компаний. М.: Теис. 2005. 159 с., стр. 32-39

корпоративного управления, в частности, с корпоративной стратегией. Этот фундаментальный тезис разделяет большинство исследователей и практиков. Тем не менее, существуют значительные различия с точки зрения основного содержания соответствующих категорий. В резюме наиболее распространенной точке зрения, следует отметить, что КСО трактуется, во-первых, в качестве отправной точки для разработки корпоративной стратегии, а во-вторых, в качестве важного элемента управлению нефинансовыми рисками, в-третьих, в качестве идейной основы системы развития персонала. Разнообразие и противоречивость трактовок КСО является причиной попыток систематизации подходов к определению категории по тем или иным основаниям, которые предпринимаются в отечественной науке. Интересна в методическом ключе систематизация, представленная в исследовании Фонда «Общественное мнение», которая отражает семь типов подходов к содержанию КСО по следующим критериям: объект ответственности (коллектива предприятия, региона, общества в целом) и типа ответственности (юридические, этические, и т. д.).

Подводя итог, отсутствие в настоящее время единой точки зрения о содержании корпоративной социальной ответственности бизнеса, социальной ответственности бизнеса часто относится к одномерным, без учета всех уровней корпоративной социальной ответственности и интересов конкретных лиц. Значимыми в контексте анализа процесса управления корпоративной социальной ответственностью представляются основы концепции управления КСО с позиции ключевых стейкхолдеров, что отражает модель Митчелла представленной на рисунке 2.

заинтересованными сторонами, свидетельствует, в частности, анализ социальных отчетов российских компаний. Меньшее влияние на КСО обеспечивается поставщиков, общественных организаций, бизнес-сообщества и другие группы (конкуренты, профсоюзы, экспертное сообщество)

Ряд авторов, исследующих проблему КСО, увязывает ее с вопросами разработки и реализации корпоративной социальной политики (КСП). Целесообразно рассмотреть данный подход, который будет развит в рамках данного диссертационного исследования, в аспекте сложившихся в зарубежной и отечественной практике моделей КСП, находящихся в тесной взаимосвязи с общественно-экономическим укладом в той или иной стране.

В дополнение к модели КСП большой интерес для исследования является анализ структуры и основных направлений корпоративной социальной политики. Так, А. С. Гольян подчеркивает два основных компонента печатной платы: внутренний (т. е. социальной деятельности работников, осуществления образовательных проектов) и внешние (вне рамок бизнеса компании).

Несколько иной методический подход реализован А. Б. Каримова, который выдвигается осуществление ОЗК в социальном развитии. В сфере социального развития, по его мнению, важное профессиональное образование, раскрытие инновационного потенциала на предприятии, нематериальная мотивация работников, Обеспечение жильем работников; в области социального партнерства-политика заработной платы на предприятии, финансовые льготы и компенсации, система личного и медицинского страхования, негосударственное пенсионное обеспечение, санаторно-курортное лечение; помогите меньшинств в области социальной ответственности организаций, охраны окружающей среды и экологической безопасности, создание нормальных условий труда .

Интересные в научном и практическом плане является позиция е. И.

Нечаева, который выделяет участки печатной платы в соответствии со структурой ее объекта – общая сотрудником компании. Этот "объект" будет развиваться дальше в этом исследовании.

Тезис автора в обосновании сущности и роли КСП заключается в следующем: закономерности устойчивого функционирования крупных экономических структур вызывает систематический контролируемый характер воспроизводства человеческого потенциала корпорации. В свою очередь, это предполагает формирование соответствующего механизма, который становится корпоративной социальной политики (КСП). Именно поэтому в диссертации под КСП предлагается понимать "совокупность институтов, процессов его (потенциал) развития в соответствии с качественными и количественными показателями стабильного функционирования и обеспечения высокой конкурентоспособности крупных экономических субъектов".

Что касается авторского подхода к структуре КСП, то здесь вполне логично использовать уже упомянутый выше "объект" подход. Стоит повторить, что воспроизводство человеческого потенциала корпорации имеет возможности и способности человека как труженика, потребителя, свободную тему время и житель определенной территории. Поскольку природа объекта управления определяет структуру управления, представляется целесообразным выделить основные направления деятельности КСП в соответствии с VCPK структуры. Таким образом, в структуре корпоративной социальной политики выделено печатной платы в сферах труда, потребления, досуга и КСП на определенной территории⁶.

Следующий уровень детализации авторского подхода к РСВ связан с выделением конкретных направлений корпоративной социальной политики в

⁶ Тульчинский Г.Л. Бизнес и социальные инвестиции / Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. 2004. С. 291–303.

рамках вышеуказанных направлений. При этом используется, с одной стороны, аналитическое обобщение опыта социальной работы ведущих российских корпораций, а также на другие материалы социологических и экспертных опросов, а именно:

1) "специфика корпоративной социальной политики" (респонденты – 45 участников научно-практической конференции "корпоративного сектора в структуре региональной экономики");

2) "Основные показатели эффективности корпоративной социальной политики" (респондентов, 20 экспертов из числа сотрудников департаментов (управлений) социальной политики ряда ведущих российских корпораций, Москва, февраль 2011);

3) "Основные направления социальной политики российских корпораций" (50 опрошенных участников круглого стола "Социальная политика в современной России", Екатеринбург, январь 2012 г.);

4) "Методы оценки корпоративной социальной политики в сферах труда и потребления" (респонденты 60 участников корпоративного обучения предприятий топливно-энергетического комплекса, в Московской области, март 2013);

5) "Комплексная оценка воспроизводства человеческого потенциала корпорации" .

В результате проделанной работы были выделены тринадцать направлений КСП, охватывающих содержание всех ее сфер представленной на рисунке 3 .

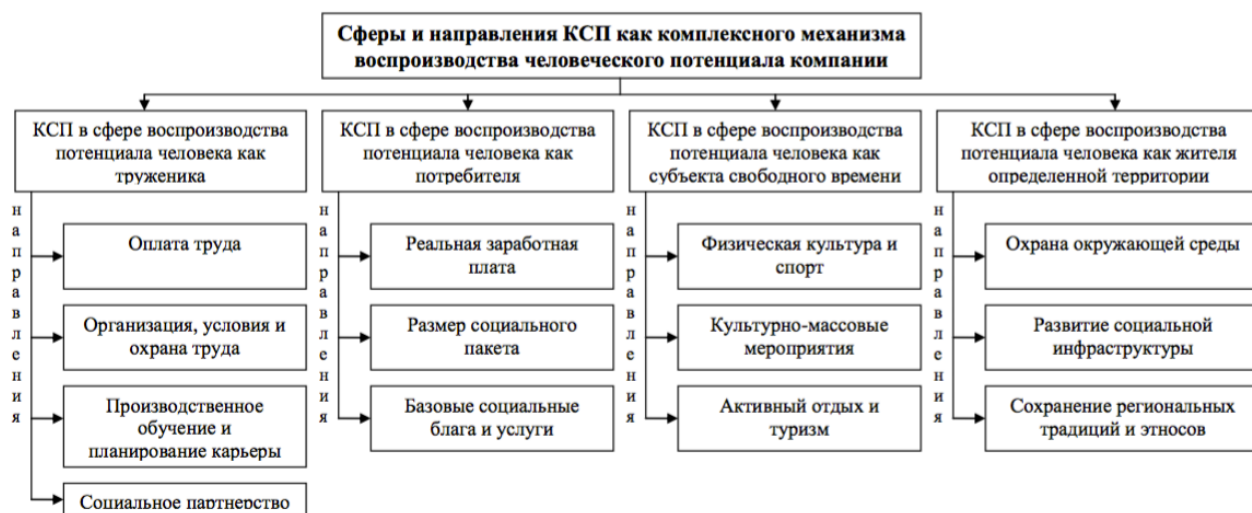


Рисунок 3 – Основные стратегии и направления корпоративной социальной политики

Резюмируя материалы параграфа 1.1, представляется возможным позиционировать КСП, с одной стороны, как форму реализации социальной ответственности бизнеса, а с другой – как комплексный механизм управления воспроизводством человеческого потенциала корпорации в единстве четырёх сфер и тринадцати направлений корпоративной социальной политики.

1.2 Инструменты реализации корпоративной социальной политики

Представляется, что главными проводниками управленческих действий в области КСП являются каналы связи, которая обеспечивает грузопотоки проанализированы, оценены и исполнены социальной информации, которая обеспечивает управление процессами воспроизводства человеческого потенциала компании.

В свете вышесказанного необходимо кратко раскрыть суть информационной поддержки процессов управления в социально-экономических системах. Прежде всего, следует признать, что суть процесса управления заключается в подготовке, принятии и осуществлении

соответствующих решений, с учетом регулирующего воздействия на основании информации, т. е. всю информацию, данные и т. д. об объекте управления и его внешней среде. Понимание информации в динамическом аспекте предполагает ее трактовку как процесса обмена сообщениями между субъектом и объектом управленческого воздействия, которая объясняет наличие прямых и обратных информационных потоков .

Широко распространен в средние века математические и кибернетические подходы к управлению информацией и легли в основу понимания как мера уменьшения неопределенности знаний при осуществлении каких-либо действий. Математическая теория информации стала основой для развития кибернетики как "науки об общих законах получения, хранения, передачи и обработки информации в целях ее использования в управлении различными системами, в том числе социальных". Применение этих методологических подходов к изучению социальных процессов и явлений породила многочисленные работы, в которых общество рассматривается как самоорганизующаяся динамическая система, в которой разворачиваются различных процессов, материалов и энергии, управления информацией и т. д. В контексте указанной выше информации относится к сбору информации, которая обеспечивает целенаправленное воздействие на объект с целью улучшить его функционирование. Очевидно, что актуальность информации в этом представлении определяется характером его влияния на принятие соответствующих управленческих решений. Нет никаких сомнений в том, что конкретные цели и задачи различных субъектов и уровней управления, которые определяют характер их информационных потребностей. Эта потребность также зависит от значимости и масштабов принятия управленческих решений: рост эти характеристики увеличить объем и значительное разнообразие необходимой информации и данных. Наконец, количество информации определяется качественными и количественными

характеристиками объекта управления, конкретных и поддающихся измерению его параметров, изменчивость состояния и поведения управляемого объекта, специфику его внешней среды и т. д. указанием важным моментом в изучении проблемы информационной безопасности заключается в том, что основным потребителем данных в системе управления конкретного менеджера к определенному уровню. Степень его вовлеченности в информационный поток зависит от нескольких факторов, основным из которых, по мнению ученых и практиков, приобретает соответствующее количество информации. Кроме того, в литературе подчеркивается важность информационной поддержки высшего руководства организации и организационной культуры. Что касается содержания информационных потоков как фактор участия в них руководителей, они должны отвечать некоторым основным требованиям. Во-первых, управленческая информация должна быть полной и оптимальной: первый предполагает, что вся необходимая информация по набор параметров и второе-это привлечение только нужную и актуальную информацию. Во-вторых, существенной характеристикой движения информации является ее объективность, что предполагает взаимосвязь между фактической ситуации с данными .

В-третьих, содержание информационных потоков характеризуется таким параметром, как точность, которая отражает степень детализации с точки зрения ее приближение к реальному состоянию управляемого объекта. Все вышеперечисленные характеристики информации не может быть достаточным, если информация поступает к менеджерам, поздно, или нерегулярные. Эффективность информации, следовательно, является окончательным и обязательным сведений о параметрах потока. Что же касается фактора участия менеджеров в информационные потоки, как информационная поддержка со стороны высшего руководства организации, он реализуется преимущественно в форме соответствия полученной информации в сферу

деятельности и полномочий менеджера .

Относительно факторов организационной культуры следует подчеркнуть, что важная роль здесь принадлежит корпорации утвердил критерии оценки административного персонала. Кажется, что успех в достижении структуру, в которой корпоративное документов закреплены в качестве приоритетных направлений деятельности не только традиционные ценности, но и такие профессиональные качества, как умение быстро находить и использовать новую информацию.

Таким образом, резюмируя этот теоретический экскурс, следует подчеркнуть имманентность сущности управленческой информации. Одним из важных аспектов этой проблемы является классификация типов информации. Согласно одной точке зрения, Они включают обработку информации в форме научных исследований, изобретений, открытий; Практический опыт в области производства, культуры, образования, общественно-политической жизни и т. Д .; Сбор, отбор, оценка информации, необходимой для управления; Аналитическая - синтетическая обработка информации; Хранение и извлечение информации; Копирование и распространение информации, передаваемой ее потребителям; Использование информации; Контролировать эффективность использования информации.

В контексте критического анализа этой позиции, вам придется высоко оцениваем усилия, прилагаемые указания "применение различных видов информации". Тем не менее, вы должны внести ряд изменений в концепции. Во-первых, я думаю, что на самом деле речь здесь следует о деталях функции в области управления информацией. Во-вторых, эта деталь не должна быть слишком подробно. Оно должно четко отражать главную составляющую, которая, несомненно, касающиеся сбора, анализа, оценки и презентации (дизайн) соответствующей информации. В-третьих, производства, воспроизводства, и важно подчеркнуть, что последняя конструкция вилки и

преобразования информации из ресурса в элемент мелодического контроля .

Исходя из этих трех наблюдений, методологического плана можно сделать выводы о том, что методическое обеспечение управления в социально-экономических системах связан, во-первых, с принятием решений в рамках реализации функций управления, во-вторых, сбор, анализ и оценку соответствующей информации, в-третьих, с четкой структуризации, оформления и представления прошлого. Это, в сущности процессуального, подхода к раскрытию в стадии рассмотрения, определение не является уникальным. В литературе уже описаны многочисленные попытки определить методическое обеспечение с определенным набором нормативно-правового и методологического характера. Похоже, что в последнем случае, акцент делается на конечный результат (вид, соответственно). Данное исследование представляет собой синтез процессуальных и статических (нормативной документации) подход, который позволяет добиться всеобъемлющего понимания категории "методология управления".

Конкретизируя выше теоретических разработок применительно к понятию "методическое обеспечение корпоративной социальной политики", ее можно определить как развитие технологий принятия решений в рамках реализации комплекса управленческих функций в области КСП на основе сбора, анализа, оценки и представления соответствующей социальной информации в виде корпоративных методов, стандартов и социальной отчетности. Исходя из этого определения можно сделать два основных вывода. С одной стороны, содержание методическое обеспечение деятельности КСП устанавливается объективная логика реализации функций управления в области печатных плат, а именно: планирование, организация, координация, мотивация и контроль. С другой стороны, структура методического обеспечения корпоративной социальной политики определяется базовый алгоритм работы с информацией (сбор, анализ, оценка и презентация), в

результате чего образуются две одинаково важные здания методика опорный блок (мод) КСП: во-первых, методики, блок сбора данных, анализа и оценки социальной информации (аналитический КСП поддержки, МО 1); Во-вторых, группа методологии и распространение социального отчета (МО 2). Многомерную структуру отношений данных мод РСВ с функциями управления в области КСО и связывает алгоритм с информацией, представленной на рисунке 4.

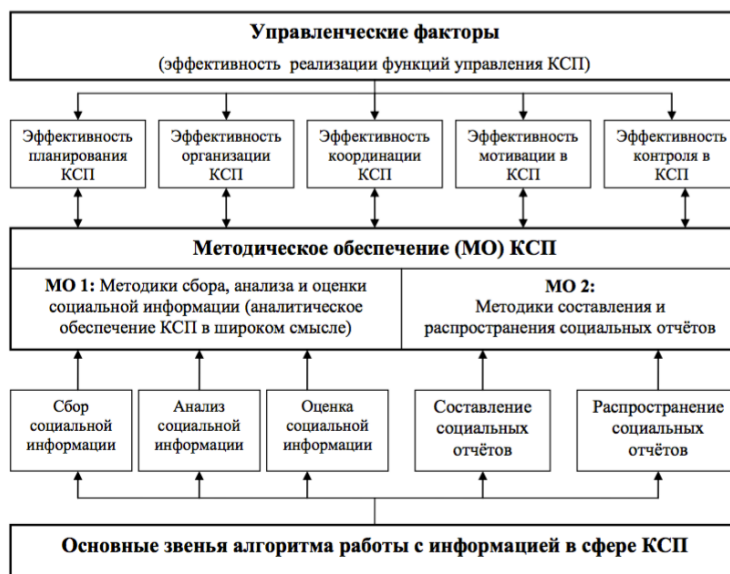


Рисунок 4 – Взаимосвязь структуры методического обеспечения КСП с управленческими факторами эффективности деятельности КСП и основными элементами алгоритма работы с социальной информацией

Следует также отметить, что МО 1 и МО 2 представлена, с одной стороны, с общей научно-методической основе, включающей универсальных междисциплинарных методов исследования, с другой стороны, прикладной методологии, создание определенного пространства соответствующего блока методического обеспечения КСП. Следует подчеркнуть, что в контексте данного исследования понятия "методология", "технология", "инструмент", "алгоритм" используются как синонимы. Этого конкретного понятия трактуются достаточно широко, поскольку они, по мнению автора, включают в

себя соответствующие целевые установки (цели), набор параметров, расчет показателей и их интерпретация.

1.3 Основные этапы формирования корпоративной социальной политики

С учетом доминирующего значения именно аналитических методик формирования корпоративной социальной политики представляется возможным рассмотреть наиболее распространенные по общим признакам и этапам. Как правило, в данном случае речь идет о стадиях сбора и анализа информации, разработки системы оценки результатов внедрения корпоративной социальной политики и непосредственно самой системы корпоративной социальной политики.

Как изучение литературы, сбор социальной информации фактически отождествляется большинством исследователей с участием известных социологических методов. Например, авторы интернет-ресурса "Ле Клер библиотека лекционного материала," отметил, что "сбор социальной информации осуществляется, как правило, следующие основные методы: анкетирование, наблюдение, изучение документов и социальный эксперимент". В то же время, авторы интернет-ресурса "энциклопедия экономиста" в статье "методы сбора социологической информации" дает более подробную классификацию:

- анализа документов;
- социологического наблюдения;
- опроса (, интервью, экспертные интервью);
- социального эксперимента;
- некоторые социально психологические методики (групповые тесты).

Чтобы закрыть позицию, так Ryterman методы распределения наблюдений,

документальных источников, контент-анализ и анкетирование. Как оценку социальной информации, является логическим продолжением своего анализа, соответствующие методики будут рассмотрены в рамках одной классификационной группы .

На основании вышеприведенных позиций можно сделать вывод о распространенности подход определяет набор социальной и социологической информации. Поскольку теоретические нюансы этой проблемы находятся за пределами выбранного объекта и предмета диссертационного исследования, можно взять вышеупомянутый подход и использовать эти категории как идентичные.

Методология сбора документальных социальной информации-это следующий основной алгоритм, в соответствии с которым требуется:

- удаление содержащихся в информационном документе о социальных процессах в организации;
- выявить наиболее важные и актуальные для последующего аспекты анализа обзора;
- проверить правильность выбранных социальных сетях.

Второй Тип методов сбора социальной информации на основе социологического мониторинга, т. е. сбора первичных данных путем непосредственного социального восприятия и описания событий, значимых в контексте КСП. Критерием признаком этой методологии является прямым совершить экспертное мероприятие наблюдателя без участников опроса свидетелей и социальных процессов. Установив степень участия наблюдателя в процессе исследования можно выделить следующие разновидности этого метода:

– метод простого наблюдения, а не при непосредственном контакте специалиста регистратора с прямыми и косвенными участниками наблюдаемых событий (например, мониторинг рабочих процессов, "фото

дня");

– метод включенного наблюдения на основе интеграции наблюдателя в зарегистрированный процесс, отношения между группой и обеспечивает внутренний мониторинг события или процесса (например, участие в досуговой деятельности коллектива); – промежуточный метод синтезирования простое и включенное наблюдение, когда есть ограниченный контакт наблюдателя с членами группы;

– метод самонаблюдения, с регистрацией экспертом наблюдателем своих действий и взглядов. Данная технология чаще всего используется для изучения социальных процессов в нестандартных или новых условиях .

Третий Тип методов сбора социальной информации предполагает использование технологии обследования, который включает в себя либо прямой контакт (в случае интервью), либо опосредованное общение (в рамках анкетирования) исследователя и респондентов. Примером первого может служить интервью работников корпорации на предмет их удовлетворённости корпоративной социальной политикой, а второго – опрос работников с целью определения их отношения к системе оплаты труда. Целью данной методики является определение индивидуального, группового или общественного мнения. Методология исследования дополняет метод наблюдения в тех случаях, когда общественные явления и процессы трудно использовать для прямого захвата⁷.

Ограничения методов анкетирования определяется тем, что любые опросы отражают субъективную позицию респондентов. В этой связи данные, полученные путем обследования должны быть дополнены объективными сведениями, полученными с помощью других методов (например,

⁷ Freidman M. Social responsibility of business is to increase its profits // An Introduction to Business Ethics / Chryssicies, G. and Kaler. J. (Eds). Chapman and Hall, London, 1993. P. 180–191.

документальной).

Как отмечалось выше, различные методики обследования устанавливаются по характеру контакта исследователя с Респондентом. Метод собеседования основан на прямой контакт, и Методология исследования предполагает косвенное общение. Особое положение из-за высокой компетентности респондентов в области исследования-экспертных опросов, в которых возможны формы как прямой, так и косвенный контакт.

Четвертый Тип методы сбора социальной информации, связанных с проведением социальных экспериментов, который включает в себя мониторинг социальных явлений и процессов в условиях контролируемого изменения. Другими словами, социальный эксперимент предполагает изменения в ход социальных процессов, и отслеживает воздействие этих изменений на жизнедеятельность индивидов и социальных групп. Разновидностью этого типа методы сбора социальной информации является стимулирующее наблюдение, в котором наблюдатель создает некоторые экспериментальная установка для выявления аномальных состояний объекта.

Последний, пятый Тип социального знания являются методы социально-психологического характера. Значимость этих методов определяется тем, что в дополнение к информации, полученной на личном микро уровне, для целей КСП необходима интегральная информация о физических лицах, их социальные установки, стереотипы мышления и т. д. – как основных характеристик человеческого потенциала корпорации в целом

В этой группе методов, значительная роль принадлежит теста как короткий тест, чтобы определить уровень развития или степень артикуляции некоторых социальных и психических свойств, отношений, групп (коллективов)⁸.

⁸ Василенко Л.А., Смольков В.Г. Социальные инвестиции, лидерство, инициатива, конкуренция // Организация и технологии антикризисного управления. М.: РАГС. 2014. 117 с.

В современных условиях получили распространение так называемые социометрические тесты, направленные на "количественное измерение и анализ структуры межличностных отношений в малых социальных группах путем фиксации среди членов группы связей, предпочтений в ситуациях выбора. Основная цель тест социометрический — диагностика эмоциональных связей, т. е. взаимных симпатий и антипатий между членами группы".

Завершив рассмотрение методов сбора социальной информации, логично перейти ко второму компоненту блока развития корпоративной социальной политики, представлены методы анализа и оценки социальной информации.

Результаты обработки этих данных рассчитываются рейтинги социальной ответственности, в том числе следующие показатели: налоговая нагрузка на человека в год; среднемесячная заработная плата (в расчете на одного штатного работника); коэффициент превышения реальной заработной платы, прожиточного минимума в данном регионе; доля инвестиций в производство компания-нет.

Методы оценки КСП с использованием "реальных опционов" основывается на следующем предположении: социальная политика рассматривается как опцион роста (опцион). Этот параметр относится к предоплаты возможность выполнять некоторые действия, как к инвестициям в социальную сферу, предлагается учитывать синергетические эффекты, возникающие от внедрения принципов социальной ответственности в общую стратегию развития компании. Вариантов в этом случае являются так называемые "реальные варианты": по отношению к социальной ответственности политика актива может быть Гуд-вилл (активы за пределами материального измерения), стоимость бренда и лояльность ключевых групп заинтересованных сторон, которые невозможно оценить рынок и учет

инструментов и "поставить" на баланс компании. В этом случае для оценки инвестиций в социальную ответственность может быть применена для богатого математического аппарата для оценки реальных опционов, в то время как классический метод ДДП метод оценки предполагает, что величина инвестиций равна текущей стоимости будущих денежных потоков с известными ограничениями .

Авторы методики представлены методы расчета индексов социальных инвестиций, среди которых: индекс удельных социальных инвестиций (ИР); доля социальных инвестиций обследованных российских компаний в суммарном объеме их продаж (это); доля социальных инвестиций в общем объеме прибыли (до налогообложения) (ИС) и т. д. Методика расчета показателей качества трудовой жизни включает в себя такие факторы, как: доходы; стоимость жизни; потребление домашних хозяйств; демографические параметры. Необходимо учесть, что в российских условиях основных показателей качества жизни населения отдельных территорий может также регулироваться государственными и местными законами.

Методы оценки объективные и субъективные показатели эффективности социальной политики раскрывается в работах И. в. Долгорукова. Первая группа показателей включает:

- 1) участие предприятия в решении социальных проблем;
- 2) социальные гарантии работникам;
- 3) эффективность управления персоналом;
- 4) корпоративная культура предприятия;
- 5) социальная Репутация предприятия.

Субъективные индикаторы И. в. Долгоруков называет:

- 1) удовлетворение реализацией КСП со стороны сотрудников;
- 2) Оценка профсоюзной работы;
- 3) удовлетворение социального страхования на предприятии;

- 4) оценить потенциал путевки в санатории и дома отдыха;
- 5) Оценка возможностей сотрудников для обучения на предприятии, возможности для карьерного роста;
- 6) удовлетворенность климатом в коллективе, системой управления предприятия;
- 7) оценка деятельности социальных предприятий в СМИ".

Думается, что метод имеет серьезные ограничения с точки зрения его использования. Во-первых, на практике часто трудно четко различать объективные и субъективные показатели (например, социальная Репутация компании иногда носит субъективный характер), а во-вторых, не может быть признано безупречным, список выбранных показателей. Кроме того, методический инструментарий для расчета последнего, а также механизм оценки эффективности мероприятий в области печатных плат в исследовании не был представлен.

Метод построения "радар социальной ответственности" Д. М. Клепиков, Л. В. Пасечникова дополняет метод И. В. Долгорукова, компенсируя некоторые его ограничения. В этой процедуре, имеют большое теоретическое и практическое значение по двум причинам: во-первых, авторы приводят методические разработки проблемы на уровне целостного (обобщение) показателей основных параметров деятельности компании, а во-вторых, используя графический метод для толкования и сравнения их значений.

Методика "Матрица эффективных социальных инвестиций и партнерства (СПДС)", разработанный в 2012 году в рамках проекта "программы эффективных социальных инвестиций и партнерства (ESIP)", стал важной вехой в развитии методического обеспечения оценки эффективности печатной платы. Кроме того, у нас разработаны такие аналитические инструменты, как концепция "100+1 принцип АСАПА" и "Рейтинг как можно скорее" . В расчетах используется трехступенчатая система оценки;

результатом является выявление целей, и, при необходимости, разработка и реализация мер, направленных на решение важнейших проблем социального развития. Важно, что техника служит инструментом для комплексной оценки и сравнения объемов инвестиций в социальное развитие и в расширение сотрудничества между трудом и капиталом на основе метода балльной оценки (шкалы) в различных областях печатной платы: внешние и внутренние.

Основные группы показателей эффективности социальной политики, по мнению авторов методики являются:

- а) индикатор "забота";
- б) показатель "добросовестности";
- в) место в рейтинге "право собственности";
- г) показатель "успеха".

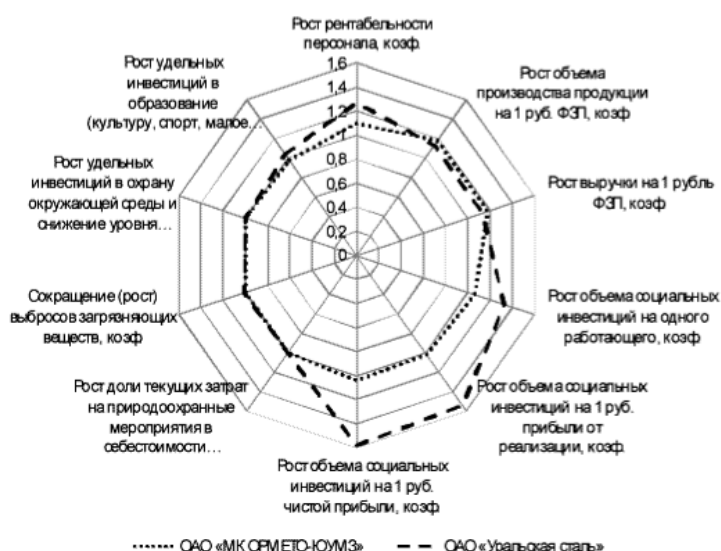


Рисунок 5 – Использование методики «Радар социальной ответственности» (составлено автором)

В развитие высказанных положений тем же коллективом была разработана «информационная карта», которая представляет уточненную систему индикаторов оценки эффективности КСП представленной на рисунке 5.

Резюмируя принципы, лежащие в основе рассматриваемой методики, формирования социальной политики компании стоит отметить, что она ориентирована на анализ ключевых социально-экономических показателей корпорации и основана на использовании широких структурированных массивов социальной информации, получаемой из различных источников.

2 Особенности корпоративной социальной политики России и Китае Сравнительный анализ

2.1 Особенности корпоративной социальной политики в России

На деятельности фирмы с течением времени все в большей степени начинают влиять процессы глобализации, когда международные образцы бизнес становятся определяющими в осознании тех или иных приоритетов внутренней социальной политики.

Проанализировав корпоративную политику российских компаний, можно обобщить основные тенденции:

- повышение квалификации персонала, развитие его в профессиональной деятельности;
- формирование корпоративной культуры;
- сохранение здоровья работников и членов их семей;
- развитие и вовлечение молодежи, в том числе проектов в сфере образования;
- спортивные мероприятия;
- материальная помощь работникам и ветеранам в регионе;
- организация детских мероприятий⁹.

Исходя из перечисленных направлений, видно, что компании в области корпоративной социальной политики, ориентированная на развитие и воспроизводство рабочей силы, повышение квалификации персонала и поддержки развития корпоративной культуры. Для реализации целей компании используют различные методы и способы их решения.

⁹ Нецадин А., Горин Н., Тульчинский Г. [и др.] Социальная политика российских компаний. М.: Теис. 2005. 159 с.

Внешняя и внутренняя среда корпоративной политики в области взаимодействия и взаимоотношения внутри компании, партнеров, общества – всех заинтересованных в деятельности компании сторон в реализации социальных программ, направленных на достижение преимуществ и выгод для компании и общества.

Необходимо разграничить понятия социальной ответственности и социальной политики предприятия.

Реализация социальной политики предприятия осуществляется на добровольной основе. В то же время, компания заявляет о себе как социально ответственная, получают ряд преимуществ: улучшенные характеристики изображения, повышение эффективности работы сотрудников, что косвенно улучшает финансовые показатели .

Корпоративная социальная ответственность организации затрагивает интересы предприятия, клиентов, акционеров, деловых партнеров и сотрудников, с одной стороны, и органы государственной и муниципальной власти, общественных организаций, народ города.

Концепция социальной ответственности мы признаем определенные обязательства компания благо общественности, направляя прибыли от их экономической деятельности на решение проблем в социальной среде.

Социальная ответственность по окружности его влияние можно разделить на два направления:

1. На макроуровне социальная ответственность предполагает участие предприятия в реализации социальных программ в обществе. Эти программы включают в себя благотворительность, Охрана окружающей среды, социальное обеспечение.

2. На макроуровне социальной ответственности предполагается, что фирма участвует в реализации социальных программ, направленных на сотрудников предприятия.

Корпоративная социальная ответственность российских компаний относится ко всем сферам социальной политики и охватывает следующие мероприятия:

- обеспечение здоровья работников и безопасности;
- применение системы мотивации сотрудников, инвестируя в человеческий капитал, обучение работников;
- создать новых рабочих мест;
- выстраивать доверительных отношений с клиентами и партнерами;
- соблюдать стандарта качества продукции;
- защищать окружающей среды;

Участие и поддержка социальных, культурных и спортивных программ. Существует три основных концепций корпоративной социальной ответственности российских компаний по причинам социальной политики, которые описаны в таблице 1.

Таблица 1 – Концепции социальной ответственности российских компаний (составлено автором)

Название концепции	Расшифровка
1.Теория корпоративного эгоизма	Главная цель компании состоит в максимизации прибыли и дивидендов акционеров. Бизнес несет ответственность перед обществом в качестве корпоративной социальной ответственности и политики на законодательном уровне не закреплено, и главной целью фирмы считается увеличение только финансовая составляющая.
2.Теории корпоративного альтруизма	Данная теория впервые упоминается в Соединенных Штатах Комитет по развитию. Основная идея этой теории представляется, что бизнес несет ответственность перед обществом, и, следовательно, фирмы должны участвовать в повышении качества жизни своих сотрудников и населения в регионе.

3. Теория разумного эгоизма	<p>Предприятия, инвестирующие финансирует социальные программы, таким образом, увеличить рост прибыли в будущем в качестве эффективной корпоративной социальной политики повышает имидж фирмы. В этом контексте мы можем говорить о положительной репутацией, что привлекает их внимание в рамках социальных программ. Положительная Репутация компании также играет свою роль в привлечении высококвалифицированных сотрудников, формируя долгосрочные и надежные отношения с партнерами, потенциальными и реальными клиентами, государством.</p>
-----------------------------	--

Социальная ответственность перед обществом - это философия поведения и концепция общества, компаний и отдельных бизнес-единиц, которые сосредоточены на следующих направлениях:

- для предоставления качественных услуг и продуктов для потребителей;
- формирование вакансий, вложение материальной составляющей в развитии человеческого капитала;
- поддержание и неослone от налогового, трудового и экологического законодательства;
- поддерживать честные отношения со всеми заинтересованными сторонами;
- оптимальное управление компании, направленной на увеличение экономической выгоды и повышение благосостояния собственников;
- учет общественного мнения в фермерских хозяйствах;
- развитие корпоративного гражданства в предприятия путем поддержания общества в регионе присутствия предприятия.

В широком смысле понятие корпоративной социальной ответственности российских компаний включает в себя следующие направления:

- корпоративная этика фирмы;
 - внешней корпоративной социальной политики предприятия;
 - политика по охране окружающей среды;
 - методология и принципы корпоративного управления;
 - соблюдение прав человека в отношениях с поставщиками, клиентами, сотрудниками;
- внутренняя социальная политика, направленная на сотрудников организации.

Во времена Советского Союза корпоративной социальной политики в отдельном виде не существует, в то время как компании были на балансе не малое количество объектов социальной инфраструктуры (в 1980-х годах 30 миллионов людей имели возможность посетить медицинские учреждения, которые принадлежали предприятию, где она работала; 1,5 млн. детей ежегодно посещают различные профилактории и санатории за наличные, предприятия) в условиях общественной формы собственности трудно разделить государство социальных программ и программ конкретных компаний.

Концепция корпоративной социальной политики в России как изолированное явление стали возникать при переходе от системы плановой экономики к системе рыночной конкуренции, в связи с приватизацией предприятий и соответствующую деформацию бизнеса в сфере социальной инфраструктуры ¹⁰.

На основе рассмотренной литературы выделим несколько этапов изменений социальной инфраструктуры российских компаний:

Первый этап (начало – середина 90-х). На этом этапе наблюдалось

¹⁰ Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы // Экономист. 2005. No 1. С. 64–80.

резкое сокращение социальной инфраструктуры. Произошел массовый отказ от социального сектора, от частных предприятий и, как следствие, две трети социальных объектов были государственными.

Второй этап (1998 – 2000). Происходит стабилизация социальной инфраструктуры. Фирмы должны придерживаться долгосрочного планирования, для оценки краткосрочные выгоды от отчуждения социальной сферы, долгосрочные выгоды от ее сохранения. В результате передачи собственности социальной инфраструктуры в руках государства постепенно начали замедляться.

Третий этап (2000-х). На данном этапе идет оптимизация основной деятельности объектов социальной инфраструктуры. Есть осознание того, что социальные объекты могут эксплуатироваться в рамках корпоративной социальной политики. Вопросы социальной ответственности наиболее актуален.

Проведенный анализ деловой активности в сфере КСО показал, что российская практика по данному направлению находится в «замороженном» состоянии, с некоторыми признаками положительной динамики в сфере крупного корпоративного бизнеса. Попробуем разобраться в основных причинах данного положения.

Наша позиция состоит в том, чтобы понять, как решать проблемы, связанные с развитием КСО. Для этого, в первую очередь необходимо определить теоретические и практические противоречия данного процесса. Так, основным теоретическим противоречием в отношении КСО, является то, что между частными интересами бизнеса (получение большей прибыли) и интересами общества (стабильность, успешное развитие для большинства) всегда есть разногласия, связанные с формами и методами достижения данных целей.

В практической плоскости, ключевое противоречие, тормозящее

развитие КСО в нашей стране, заключается в следующем. С одной стороны, существует недооценка бизнесом системы социальной ответственности в качестве основного элемента управления развитием конкурентоспособности фирмы и повышения ее устойчивости на рынке ввиду отсутствия сильной мотивации как во внешней, так и во внутренней средах, с другой - доминирующая роль государства во взаимоотношениях с предпринимателями. Бизнесу определена подчиненная роль, так как сама возможность реализации социальных проектов задается именно властью.

Посредством выстраивания той или иной налоговой политики в отношении бизнеса на федеральном и региональном уровнях власть может как создавать условия для развития социальных проектов бизнеса, так и препятствовать в этом направлении. Чрезмерное налоговое бремя приводит к сокращению доходов компании и снижает социальную активность бизнеса.

При действующем административном произволе значительная часть социальных пожертвований бизнеса не доходит до потребителей.

Это подтверждают результаты различных опросов и высказывания российских экспертов в сфере КСО. По мнению членов Ассоциации Менеджеров России, основными причинами, заставляющими бизнес уделять внимание социальной сфере, являются: административное давление (73% опрошенных); добрая воля топ-менеджеров (55%); опережающая стратегия расширения бизнеса (42%); страх потерять бизнес (30%); информационные кампании в СМИ (27%); боязнь забастовок персонала (15%); деятельность общественных организаций (13%).

Наличие данного противоречия приводит к целому ряду проблем в развитии КСО, которые можно классифицировать по ряду признаков. В первую очередь, это проблемы теоретического характера. Речь идет о том, что как в научной, так и в деловой средах происходит эволюция и смена

парадигмы устройства и развития бизнеса в условиях XXI века. В кризисных периодах, которые сопровождают нашу экономику в последние годы, данная ситуация особенно актуальна. В настоящий момент идет активная дискуссия об основных инструментах и методах создания устойчивого бизнеса, в том числе и в сфере КСО. Так, по мнению ряда экспертов, уже обозначен и сформулирован ряд проблем в сфере КСО. Среди них:

1. Экономику невозможно успешно развивать, когда большинство потребителей и населения нашей страны не доверяет бизнесу, и такое положение не мотивирует последнего на реальную социальную активность.

2. Государственной власти, российского бизнеса в настоящее время недооценивать значимость феномена КСО и не рассматривать его в планах стратегического развития, что имеет внутренний, так и внешние негативные последствия, среди которых:

- в международном плане: стратегический просчет по КСО будет препятствовать продвижению российского бизнеса и российских товаров на западные, а затем и на восточные рынки;

- моральный и политический ущерб, очередной рост недоверия к стране и бизнесу, устранившимся от принятия принципов корпоративной социальной ответственности;

- негативное воздействие как на инвестиционном рейтинге страны, так и на репутационном рейтинге российских компаний. Кроме этого, на наш взгляд, само понимание социальной ответственности бизнеса имеет разное толкование как в среде бизнеса, так и среди чиновников, что приводит к противоречиям в их взаимоотношениях. Например, в ноябре 2004 г. в Москве независимой общественной организацией «Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей)» (РСПП) была принята Социальная хартия российского бизнеса. В данной хартии провозглашаются следующие принципы: экономической и финансовой устойчивости предприятий;

обеспечения качества продукции; экологической безопасности; принципы участия в развитии местного сообщества. Социальная ответственность перед обществом раскрывается как деятельность по следующим основным направлениям:

- 1) производство и реализация качественной продукции для потребителей;
- 2) инвестиции в развитие человеческого капитала, формирование дополнительных рабочих мест, выплата заработной платы;
- 3) соблюдение требований налогового, трудового и экологического законодательства;
- 4) эффективное ведение бизнеса в интересах своих акционеров, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости;
- 5) ориентация на общественные ожидания, а также практика ведения дел в соответствии с общепринятыми этическими нормами;
- 6) вклад в формирование гражданского общества посредством реализации партнерских программ и проектов развития местного сообщества.

Как следует из данного документа, данные направления деятельности бизнеса нацелены в первую очередь на внутренние мероприятия управления бизнесом. И только 6 подпункт определяет участие бизнеса во внешних мероприятиях, рассматриваемое как вспомогательный механизм, связанный с повышением имиджа предприятия.

Доказательством этому, служит опрос среди предпринимателей, входящих в состав Ассоциации менеджеров в РФ. Социальные инвестиции бизнеса в основном направлены на внутренние мероприятия. Так, по данным исследования, крупный бизнес вкладывает свои средства от общего объема социальных инвестиций в процентном соотношении: в развитие персонала – 52,3%; в ресурсосбережение – 17%; в охрану здоровья – 12,6% и всего 10%

направляются на развитие местного сообщества¹¹.

С точки зрения российских чиновников, социальная ответственность должна быть нацелена на решение проблем, связанных со стремительным ростом бедности населения, и отсюда возникает необходимость законодательного принуждения бизнеса к социальной ответственности.

Данные трудности вызваны тем, что отсутствие научно выверенной и сбалансированной на всех уровнях управления единой концепции социальной ответственности значительно тормозит развитие КСО в стране. Это блокирует возможность использования синергетического эффекта от реализации всех форм партнерства государства и бизнеса.

Например, четко выстроенная система взаимодействия государства, бизнеса и общества позволит без больших финансовых вложений со стороны региональных органов власти сформировать социальную инфраструктуру.

Представленный подход обеспечил бы бизнесу интеграцию в единую социальную программу региона, при этом повышая свою репутацию и имидж, а также формируя для бизнеса и общества социальную среду.

Речь идет о крупных инвестициях в проекты по развитию инфраструктуры региона (дороги; порты, в частности морские и речные; терминалы; образовательные, логистические и здравоохранительные центры, современные складские комплексы). Данные инвестиции определяют перспективы регионального развития общества, точки роста экономики региона¹².

Противоречивость понимания корпоративной социальной

¹¹ Crane A., Matten D. Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press, 2007. P. 254–256.

¹² Crane A., Matten D. Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford: Oxford University Press, 2007. P. 254–256.

ответственности выражается в том, что в системе управления КСО есть ряд институциональных недостатков. Так, вследствие недостаточно эффективных правовых и социальных институтов государства бизнес вынужден устранять ошибки государства, реализуя социальные инвестиции, и тем самым отчасти происходит замещение государства в социальной сфере.

В первую очередь, это выражается в наличии противоречивого законодательства и несогласованности законодательства по социальной ответственности с налоговым законодательством. Данная проблема проявляется в том, что отсутствие четкого понимания таких определений, как социальные инвестиции и социальная ответственность, приводит к тому, что бизнес-структурам сложно ориентироваться в вопросе соотнесения результатов своей деятельности в части реализации социальных программ с социальной деятельностью, регламентированной, например, налоговым кодексом.

Однако нужно отметить, что понимание социальной ответственности бизнеса на Западе опирается на регламенты, определяющие взаимодействие бизнеса и власти, основываясь на следующих аспектах: развитое налоговое и трудовое законодательство, международные стандарты социальной и экологической отчетности (Global Reporting Initiative, стандарт SA 8000 — 2001 «Социальная ответственность», EFQM Framework for Corporate Social Responsibility и др.), высокий уровень стандартов корпоративного управления и этики бизнеса.

Открытость информации о внешнем и внутреннем социальном инвестировании фирм и корпораций, остается ограниченной, нет системы учета результатов социальной деятельности на фирмах, как внутри самого предприятия, так и на макроэкономическом уровне.

Вместе с тем, очевиден очень простой вывод, что если в Конституции России мы позиционируемся как социальное государство, то и это возможно, только лишь при наличии «социально ответственного государства, что во

многим зависит от развитости гражданского общества, которое порой вынуждает государство быть таковым, контролирует выполнение государством этой важнейшей функции». Поэтому необходимы соответствующие институциональные изменения, определяющие поведение социально ответственных субъектов государства, как представителей бизнеса, так и представителей управления самого государства.

Основной проблемой взаимодействия власти и бизнеса выступает сложность в налаживании долгосрочного выгодного для общества сотрудничества. Прежде всего, это проявляется в невозможности долгосрочного планирования. Как это ни странно, но государственные институты в подавляющем числе случаев оказываются не в состоянии поддерживать длительные во времени, нацеленные на долгосрочную перспективу стратегические программы.

Добавим к этому, что давно действующей нормой информационной открытости КСО на западе являются регулярно выходящие корпоративные социальные отчеты. Сами по себе корпоративные социальные отчеты несут двойной смысл: как инструменты развития институтов гражданского общества, и как механизм, посредством которого бизнес информирует о своих достижениях и вкладе в развитие общества и реализует свои внутренние цели.

Пока же мы разделяем точку зрения, что социальный отчет обычно не является элементом стратегического подхода предприятий к КСО, редко оказывает адресную политику общения. Вызывает сомнение прозрачность и достоверность раскрываемой информации, а также возможность его проверки. Непонятно и стандарты отчетности. Социальный отчет-это просто пиар-продукт. Такие PR-коммуникации часто используются как форма обработки общественного мнения.

К подобным проблемам относится и отсутствие государственного подхода в деле определения и методики расчетов показателей КСО, которые

требуют значительной корректировки.

Ряд проблем, стоит отнести к категории экономических. Речь идет как о макроэкономических, так и о микроэкономических проблемах. Так, например, информация, предоставленная Федеральной службой государственной статистики, свидетельствует о фактах дифференциации качества жизни населения Российской Федерации. В 2014 году заработок 11,2% населения страны ниже порога величины МРОТ. Причинами увеличения числа малоимущего населения в России стали увеличение потребительских цен на товары и сокращение доходов населения¹³.

В России произошла институционализация механизмов распределения доходов, действующих в пользу малочисленного богатого населения в ущерб интересам большинства.

Данная ситуация объясняется тем, что в рамках государственного регулирования экономики РФ отсутствует механизм реализации многоуровневой системы социальной ответственности, различные формы социально ответственных действий носят стихийный и бессистемный характер.

К подобным проблемам, на наш взгляд, относится и отсутствие качественного корпоративного законодательства, масштабного рынка корпоративных ценных бумаг, наличие многочисленных акционеров и непрозрачность в деятельности корпорации, особенно в сфере финансов.

Только преуспевающие и конкурентоспособные компании становятся социально ориентированными. Успешный менеджмент берет на себя дополнительные обязательства перед обществом, не предусмотренные законом. Прибыль, полученная фирмами от реализации более конкурентоспособного продукта, имеет форму «более легких денег», нежели

¹³ Шохина А.Н. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор / Под общей ред. А. Н. Шохина. М.: РСПП. 2013. 149 с.

чем те, которые достаются предприятиям, работающим в менее выгодных условиях, характеризующихся жесткими финансовыми и ресурсными ограничениями. Такой тип проблем стоит отнести к категориям микроэкономических, так как они связаны с социально-экономическим положением предприятия в отрасли.

Большая группа проблем связана с административно-организационными проблемами федерального, регионального и корпоративного уровня управления. Имеется в виду следующее:

Мотивационные проблемы. Так, большинство предпринимателей в результате социальных опросов, в первую очередь, обратили внимание на следующие препятствия на пути развития КСО:

1. Отсутствие гарантий в рамках целевого использования денежных средств (49%);

2. Несовершенство действующего законодательства (29%);

3. Отсутствие благотворительных традиций (14%);

4. Недостаток в признании благотворительной деятельности организации государством (8%). Вышеперечисленные барьеры должны быть преодолены за счет совершенствования органами государственной власти мотивационной политики. Как показывает опрос, респонденты отметили следующие возможные мероприятия данной политики:

1. Предоставление налоговых льгот - важный инструмент стимулирования благотворительной деятельности предпринимателей (29%);

2. Присвоение почетных званий и наград является главным стимулом бизнеса (17%);

3. Публикация в средствах массовой информации о благотворительной деятельности компании (14%).

Также стоит добавить, что в общественном сознании складывается представление о том, что бизнесу безразличны социальные и экологические

проблемы. В результате бизнес не получает желаемый результат - формирование положительного общественного мнения о социальной деятельности компании. Данная ситуация обусловлена двумя факторами: незначительным количеством дискуссий о социализации бизнеса на уровне органов государственной власти, СМИ, общественных организаций и самого бизнес-сообщества и недооценкой роли проектов КСО в формировании и поддержании положительного общественного мнения.

Неумение профессионально и научно-сбалансированно внедрять и развивать политику КСО. Так, например, по данным бизнес-исследований только 3-4 % предприятий среднего и малого бизнеса осуществляют планирование своей деятельности на долгосрочную перспективу. В большинстве российских компаний нет формализованной структуры принятия управленческих решений в области КСО. Бизнес зачастую не имеет представления о методах наблюдения и оценки эффективности реализуемых направлений корпоративной социальной ответственности. Иначе говоря, предприятия не могут проверить эффективность расходования социальных средств, а также их целевое предназначение из-за отсутствия соответствующих технологий, которые позволяли бы осуществлять необходимый контроль использования данных средств¹⁴.

Анализируя классификацию проблем, мешающих внедрению и развитию КСО в нашей стране, стоит отметить подход исследователей, опираясь на морально-ценностные характеристики нашего общества. Так, например, на рисунке 12 представлен один из таких взглядов.

Не претендуя на критику данного подхода, отметим, что с рядом позиций можно не согласиться (например, в отношении программ,

¹⁴ Шохина А.Н. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор / Под общей ред. А. Н. Шохина. М.: РСПП. 2013. 149 с.

направленных только на развитие крупного бизнеса), но в целом морально-нравственная группа проблем присутствует. Речь идет о ценностных ориентирах как государства, так и компаний и о проблемах морально-нравственного содержания.

Исходя из этических норм социального государства, следует предпринять ряд мер по устранению таких проблем, как «благотворительный рэкет» и «политическое давление», создать нормативно-правовые акты, регулирующие данные проблемы, так как они не только тормозят полномасштабное развитие социальной ответственности бизнеса, но и нарушают принципы демократии.

Взаимоотношения государства и бизнеса должны быть открыты. Коррупционность государственного аппарата является основным препятствием к открытости. Коррупционное чиновничество не заинтересовано в том, чтобы его работа была прозрачна и этот фактор также является значительным препятствием на пути бизнеса к корпоративной социальной ответственности.

2.2 Особенности корпоративной социальной политики в Китае

Сравнительный анализ китайской практики КСО с зарубежными моделями КСО лучше всего начать с выделения характерных черт существующих зарубежных образцов. Отметим, что не существует единого подхода к классификации исследуемых моделей КСО за рубежом среди ученых и специалистов. Так, например, одна группа ученых считает, что таких моделей две: американская и европейская. Другая группа настаивает на том, что необходимо классифицировать модели КСО по группам стран. Не вступая в дискуссию, мы считаем, что необходимо выделить ключевые признаки и принципы моделей, а географическое применение этих принципов не имеет ключевого значения.

Классификационное деление моделей КСО опирается на императив доминирующих концепций КСО, особенностей роли и места бизнеса в системе принятия решений, которые характерны для той или иной страны. Как уже было отмечено, можно выделить две ключевые модели: американскую и европейскую.

Например, в практике американских компаний чаще используют КСО как инструмент маркетинга и укрепления инвестиционного имиджа. Этот подход основывается на концепции внутреннего развития фирмы посредством КСО.

Особенностью этой модели из-за специфики американского предпринимательства, основанного на максимальной свободе субъектов рынка и саморегулирования. Механизмы участия в социальной поддержке общества через создание корпоративных фондов, целью которых является обеспечение различных социальных сфер: образования, здравоохранения, пенсионных и страховых фондов. Роль государства в этой модели проявляется на законодательном уровне и заключается в облегчении налогового бремени и поощрения социально ответственных компаний, связанных с льготами и кредитами.

В континентальных европейских странах концепция КСО получила более широкое толкование в рамках отношений между обществом и бизнесом. И больше участия корпораций, бизнеса в социальных программах и проектах общества. Формы реализации КСО считаются модели с привлечением широкого круга "заинтересованных сторон" (модель стейкхолдеров) к процессу корпоративного управления, в котором с определенной степенью ограничения включает в себя сотрудников, клиентов, партнеров, органов власти и местного сообщества.

В таблице 2 представлены отличительные характеристики существующих моделей КСО. Помимо двух вышеупомянутых моделей, в

таблице аккумулированы сведения о японской и китайской моделях КСО.

Таблица 2 – Основные характеристики действующих моделей КСО

Модель	Принципы	Роль государства	Социальные программы компании	Государственные льготы
Американская модель	абсолютное право; разносторонние методы информационного сопровождения мероприятий; отношения в сфере труда и социальной политики основываются на индивидуализме.	Минимальное вторжение государства, большая самостоятельность корпораций	программы развития персонала; деятельность по охране здоровья; защита окружающей среды; участие в развитии местного сообщества; этика поведения при взаимодействии со стейкхолдерами	Налоговые льготы для компаний закреплены на законодательном уровне.
Европейская модель	склонны к ограничению своей ответственности перед стейкхолдерами; скрытая форма; регулируются нормами, стандартами и законами государства; высокие налоги.	Полный государственный контроль	полная занятость и предупреждение безработицы; равенство между социальными группами; социальные гарантии;	Не имеют
Японская модель	ориентирование на внутреннюю среду предприятия; тесное взаимодействие органов власти с персоналом; трансформация человеческого потенциала в фактор инновационного	Активная роль государства в корпоративном стратегическом планировании	Осуществление социально ориентированных и средоохраняющих программ	Не имеют

	развития			
Китайская модель	развитие рынка консалтинговых услуг; интерес со стороны финансового сектора; повышенное внимание СМИ; добровольность	Активная поддержка бизнеса со стороны государства.	экономика; занятость; охрана окружающей среды.	Предоставление налоговых льгот

Американская модель социальной ответственности предусматривает большую самостоятельность корпораций. Данная модель корпоративной социальной ответственности строится на основании следующих принципов:

1. Принцип прецедентного права (абсолютного права).
2. Реализация целей КСО через благотворительные фонды.
3. Основные отношения в сфере труда и социальной политики основываются на принципах индивидуализма.
4. Разносторонние методы информационного сопровождения мероприятий корпоративной социальной ответственности.
5. Добровольно осуществляемая компаниями деятельность в социальной, экономической и экологической сферах носит системный характер. Данная деятельность коррелирует с ценностями, миссиями и стратегиями развития корпорации и ориентирована на удовлетворение потребностей различных стейкхолдеров. Наиболее распространенными направлениями социальных программ компаний являются:

- система развития кадрового потенциала – это особое направление социальных программ, реализуемое в рамках выполнения стратегических задач по развитию персонала компании с целью уменьшения текучести кадров, привлечения и удержания высококвалифицированных сотрудников (обучение, профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление социальных пакетов, создание условий для отдыха и досуга, поддержание внутренних коммуникаций в организации и т. п.);

- система обеспечения безопасных условий и охраны труда - это линия социально направленных проектов компании, нацеленная на сохранение жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, а также предполагающая возможное расширение предлагаемых работодателем условий труда, превышающих те, которые гарантированы в рамках установленных законодательством обязательных норм (охрана труда и техника безопасности, медицинское обслуживание, поддержание санитарно-гигиенических условий труда, поддержание материнства и детства и т. д.);

- социально ответственная реструктуризация – это социальные программы компании, обеспечивающие проведение реструктуризации в социально ответственном ключе, прежде всего в интересах персонала компании;

- ресурсосбережение и охрана природы – это деятельность компании, направленная на планирование и осуществление природоохранных мероприятий, эксплуатации основных природоохранных фондов и контроль за предельно допустимыми концентрациями загрязнений, повышение эффективности употребления природно-ресурсного потенциала, минимизацию отрицательного антропогенного воздействия на окружающую среду;

- позитивное влияние на местные сообщества - это направление социальных программ компании, которые реализуются на добровольной основе и ориентированы на развитие социокультурных общностей, ареал обитания которых находится на территории, где ведет (планирует вести) свою деятельность данная компания (поддержка малых народов, социально незащищенных слоев населения и т.п.);

- добросовестные деловые практики связаны с определенной этикой поведения при взаимодействии организации с другими организациями и частными лицами (акционерами, поставщиками, бизнес-партнерами, клиентами и т.д.).

В Америке существуют традиции систематического участия бизнеса и его представителей в инвестировании некоммерческих проектов. Благодаря большому количеству корпоративных фондов, которые нацелены на решение социальных проблем, в США успешно реализуется механизм участия бизнеса в социальной поддержке общества. Известно, что в Америке профессиональное образование финансируется бизнесом как ни в одной другой стране мира¹⁵.

Корпорация, чье поведение считается социально ответственным, стимулируется налоговыми льготами, которые закреплены на законодательном уровне.

Таким образом, говоря об американской модели корпоративной социальной ответственности, отметим, что корпорации самостоятельны в определении своего общественного вклада, при этом законодательно поощряются налоговыми льготами и зачетами в случае инвестирования в выгодные для общества сферы. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности минимально.

Обращаясь к рассмотрению модели Континентальной Европы, обычно ведут речь о скрытой форме корпоративной социальной ответственности. Обусловлено это в первую очередь тем, что здесь имеет место высокая нормативная регламентированность данной сферы со стороны государства. Так, законодательно зафиксированы ОМС и охрана здоровья сотрудников, их пенсионное обеспечение и множество других социально важных аспектов. Вышесказанное позволяет констатировать, что европейская модель корпоративной социальной ответственности по своей сути представляет собой комплекс мер госрегулирования.

Китайская модель корпоративной социальной ответственности

¹⁵ Frederick W. Corporation, be good: the story of corporate social responsibility. Indianapolis, IN: DogEarPublishing, 2006. P. 63–78.

представляет собой гибрид континентальной и американской моделей. Для данной модели характерен ряд признаков:

- особое внимание со стороны организаций финансовой сферы к программам корпоративной социальной ответственности (например, отслеживание улучшений в направлении количественного увеличения социально ориентированных инвестиционных фондов);
- повышенное внимание со стороны средств массовой информации (так, издание «China Daily» еженедельно подготавливает и публикует в колонке «Профиль компании» индексы социальной ответственности);
- расширение форм, подходов и методов независимого консалтинга по вопросам корпоративной социальной ответственности;
- китайская система бизнес-образования имеет в своем арсенале большее разнообразие учебных программ сферы корпоративной социальной ответственности, нежели чем система Континентальной Европы;
- правительство Китая занимает про активную позицию по отношению к развитию программ государственно-частного партнерства, позволяющих развивать те или иные элементы корпоративной социальной ответственности (организация партнерства с бизнес-структурами в образовательном секторе, развитие инициатив в области КСО через создание благоприятного инвестиционного климата, со финансирование проектов, налоговые каникулы и проч.).

Итак, китайская модель корпоративной социальной ответственности объединяет в себе ряд характерных особенностей моделей США и Континентальной Европы, вместе с тем отличаясь заметным преобладанием влияния государственного аппарата и социально ориентированных институциональных образований на процесс продвижения и координирования общественных интересов и лучших практик.

Как уже было отмечено выше, существует еще одна модель

корпоративной социальной ответственности применяемая в Китайских компаниях – японская. Она ориентирована на внутреннюю среду предприятия и предполагает наличие у компании солидаристской репутации. В основе данной модели лежит тот факт, что корпорации уделяют большое внимание процессу выстраивания тесного взаимодействия с властными структурами и персоналом. Кроме того, первоочередным является обращение к таким корпоративным ценностям, как: дух сотрудничества, лояльность работников по отношению к бренду и руководству компании, выпускаемой продукции или оказываемым услугам, а также нацеленность на работу во имя общих целей. Все это ориентировано на то, чтобы сформировать предпосылки для создания так называемого социального капитала, который, в свою очередь, напрямую взаимоувязывает возможности человеческого потенциала и инновационного развития компании.

Тем не менее, в условиях заметного повышения турбулентности мировой экономики и напряженности на геополитической карте мира, стагнации на рынке труда, а также заметного ухудшения экологической ситуации (например, в Афганистане, Ираке, Ливии, Сирии, Украине и прочих странах, где в последние годы были развязаны военные конфликты) ресурс внутрикорпоративной солидарности обнаружил свою уязвимость: он является ограниченным. В этих условиях перед корпорациями возникла проблема поиска новых драйверов повышения конкурентоспособности, вследствие чего стали пересматриваться традиционные приоритеты. Больше внимание уделяется вопросам защиты окружающей среды и налаживанию связей с региональными сообществами.

Китайские корпорации ищут собственные ответы на глобальные вызовы. Обеспечить постоянное улучшение на наш взгляд должна пятиступенчатая модель восхождения к цели. В рамках 1-й ступени компания должна занять крепкие экономические позиции, что позволит расширить

взаимодействие между работодателями и работниками и превратить его в неотъемлемую часть индивидуального кодекса поведения каждого члена коллектива (2-я ступень). Затем (3-я ступень) механизмы данного взаимодействия распространяются на внешних стейкхолдеров. Вхождение на уровень наднационального рынка указывает на начало 4-ого этапа - развитие отношений с принимающей стороной и создания глобальной сети экономических и социальных партнеров. Достигнув 5-й ступени (что бывает весьма редко), корпорация выстраивает сетевое взаимодействие со стратегическими партнерами и создает рычаги воздействия на собственные властные структуры, побуждая их разрабатывать и внедрять мероприятия по преодолению негативных последствий глобализации.

Анализируя модели корпоративной социальной ответственности (европейская, американская, китайская и японская), мы можем выделить следующие их основные различия, которые представлены в таблице 3.

Все вышеперечисленные модели корпоративной социальной ответственности описывают различное концептуальное понимание целей организации, ее роли в обществе, взаимоотношений организации с ее внутренней и внешней средой. На основе этого понимания организация может использовать различные инструменты корпоративной социальной ответственности для достижения своих стратегических целей.

Таблица 3 –Отличия в моделях корпоративной социальной ответственности (составлено автором)

Отличия	Американская модель	Европейская модель	Китайская модель	Японская модель
Направленность корпоративной социальной ответственности	Ориентация на общество со стороны предприятия	Ориентация на государственное регулирование и государственную поддержку в реализации	Ориентация на взаимодействие государства и общества, отношения носят	Ориентация на внутреннюю среду предприятия

		социальных проектов	партнерский характер	
Форма корпоративной социальной ответственности	Открытая	Скрытая	Сочетание открытой и скрытой формы	Открытая
Характер реализации программ корпоративной социальной ответственности	Добровольный	Принудительный	Добровольный	Добровольный
Ответственность за реализацию социальных программ, с точки зрения заинтересованных сторон	Компания несет ответственность перед акционерами и обществом	Ответственность перед государством	Компания несет ответственность перед акционерами, персоналом, местным сообществом,	Компания несет ответственность перед персоналом

Таким образом, проведенный сравнительный анализ Китайской модели корпоративной социальной ответственности помогает выбрать те инструменты, которые необходимы для эффективного решения как стратегических, так и тактических проблем. При этом, на наш взгляд, выбор целесообразно осуществлять, исходя из специфики организации, ее общей политики и направленности, уже сложившихся взаимоотношений между персоналом и управлением, а также особенностями государственного устройства. Поэтому формирование корпоративной социальной ответственности не обязательно должно проводиться в строгом соответствии с той или иной моделью. Для наибольшей эффективности корпоративной социальной ответственности подход к ее формированию и реализации должен быть глубоко индивидуальным¹⁶.

В целом, ту или иную модель корпоративной социальной

¹⁶ Frederick W. Corporation, be good: the story of corporate social responsibility. Indianapolis, IN: DogEarPublishing, 2006. P. 63–78.

ответственности, по нашему мнению, следует рассматривать как механизм, использующей свои инструменты, формы и методы. Рассмотрим систему практических действий по развитию КСО в Китае. Отметим, что в последние годы для Китайских компаний характерен возросший интерес к корпоративной социальной ответственности. Это связано со стремлением бизнеса наладить диалог с представителями общества и власти всех иерархических уровней управления. При этом положительным моментом данного диалога является повышение устойчивости бизнеса за счет реализации благотворительных и социальных программ, которые рассматриваются в ракурсе инвестиций, нацеленных на собственное долгосрочное развитие и повышение эффективности управления. Анализ опыта корпоративной социальной ответственности в управлении Китайских компаний свидетельствует о том, что бизнес готов поддержать органы государственной власти в совместной разработке и реализации проектов и программ Федерального и регионального развития, который поможет в решении социальных характерных проблем нашего общества. В то же время существует ряд противоречий в понимании корпоративной социальной ответственности как правительства, так и частных лиц. В этой связи важно организовать китайский опыт развития корпоративной социальной ответственности и подчеркнуть его особенности.

При изучении причин, побуждающих бизнес принимать участие в программах КСО, необходимо рассмотреть факторы его заинтересованности в социальной активности. В соответствии с данными Китайской ассоциации менеджеров, основным мотивом участия в благотворительных акциях в 29% случаев является формирование взаимовыгодного сотрудничества (государственно-частного партнерства) с властными структурами разного уровня управления. Однако, как уже отмечено, это не является исключительным свойством отечественных предпринимателей.

В последние годы Китайские компании одна за другой стали

формировать социальные стратегии, основанные на новых формах взаимодействия с обществом. В Китае этот процесс имеет свою специфику, хотя и отвечает общемировым тенденциям. Тем не менее, официальные данные, публикуемые в отчетах и иных документах самих компаний и специализированных организаций свидетельствуют о том, что наша страна все еще находится в начале развития повсеместной корпоративно-социальной ответственности. Об этом, например, свидетельствуют данные, приведенные в таблице 4.

Как видно из таблицы 4, средняя доля социально ориентированных компаний в разрезе всех представленных отраслей не велика и составляет около 6 % от всего количества анализируемых предприятий. По состоянию на 31 ноября 2014 г. в Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов входило 122 компании, библиотека регистра содержала 386 отчетов, выпущенных, начиная с 2000 г. По состоянию же на 11 февраля 2016 г. в этот регистр внесены уже 160 компаний, зарегистрировано 635 отчетов. В их числе документы, являющиеся инструментом отражения ситуации с корпоративной социальной ответственностью в Китайских компаниях. Данные цифры свидетельствуют, что процессы внедрения элементов системы корпоративной социальной ответственности в Китае развиваются. Более того, они коррелируют с данными, о которых речь пойдет далее.

Таблица 4 – Доля компаний, реализующих социальные программы по отраслям экономики Китая за 2014 г. (составлено автором)

Отрасли китайской экономики	Доля компаний, реализующих социальные программы (в %)
Финансы	15.20
Машиностроение	13.90
Пищевая промышленность	12.60
Топливный комплекс	10.10
Цветная металлургия	7.00
Торговля	5.70
Профессиональные услуги	5.10
Телекоммуникации	5.10
Химическая промышленность	5.10
Транспорт	3.80
Лесная и лесоперерабатывающая промышленность	3.20

Строительство	3.20
Черная металлургия	2.60
Сельское хозяйство	1.30
Сервис	1.30
Электроэнергетика	1.30

Таблица 5 – Доля компаний, официально публикующих отчетные документы по корпоративной социальной ответственности в Китайских компаниях за 2005-2015 гг.

Отрасль китайской экономики	Доля компаний, официально публикующих отчетные документы по КСО (%%)
Финансы	19,23
Электроэнергетика	16,15
Горнодобывающая и металлургическая	13,46
Нефтегазовая	11,15
Химическая и парфюмерная	6,92
Целлюлозно-бумажная деревообрабатывающая,	6,15
Телекоммуникационная	5,77
Сельское хозяйство	4,62
Некоммерческие организации	4,62
Жилищно-коммунальное хозяйство	3,85
Транспорт	3,85
Образование и здравоохранение	3,46
Строительство	0,38
Прочие отрасли экономики	0,38

Таблица 5, составлена автором на основе анализа 260 документов, опубликованных работающими на территории Китая компаниями. Указанная таблица аккумулирует в себе данные по 137 организациям- представителям различных отраслей китайской экономики с 2005 по 2015 годы. Систематизированная в ней информация также отражает, что развитие корпоративной социальной ответственности в Китайских компаниях идет, однако, достаточно медленными темпами. Этот факт, как стоит заметить, в полной мере корреспондирует с приведенной выше статистикой. Вместе с тем, если говорить о системности положительной динамики развития корпоративной социальной ответственности по отраслям, то таблица 9, как впрочем, и таблица 8, позволяют засвидетельствовать, что отечественная финансовая сфера является наиболее передовой в плане оказания влияния на процесс развития основ корпоративной социальной ответственности в Китайских компаниях. Это дает нам возможность констатировать, что с точки зрения рассмотрения китайского эмпирического базиса корпоративно-социальной ответственности проблематика КСО в системе управления Китайских компаниях финансовыми структурами в большей мере показательна¹⁷.

Если говорить о КСО с точки зрения применения международного опыта в этой области, в китайской практике, следует отметить тенденции в сырьевых и энергетических организаций, которые активно используют в своих системах управления зарубежным стандартам. Корпоративная социальная ответственность рассматривается как новейший инструмент управления капитализацией и своими нефинансовыми рисками в системе корпоративного управления.

¹⁷ Frederick W. Corporation, be good: the story of corporate social responsibility. Indianapolis, IN: DogEarPublishing, 2006. P. 63–78.

2.3 Специфика корпоративной социальной политики в коммерческих банках

Рассмотрим специфику корпоративной социальной политики в коммерческих банках на примере российской компании Банковская Группа «Альфа-Банк»¹⁸.

Социального развития на предприятии нуждается в управлении структурным подразделением, в том числе должностным лицам, в компетенцию которых входят вопросы социального развития и социальной защиты его сотрудников, с соответствующими полномочиями и определенной ответственностью за решение этих проблем.

В большинстве случаев, руководство ОАО "Альфа-Банк" считает, что продолжающийся внутрикорпоративная социальная политика как элемент экономической стратегии предприятия с точки зрения теории социального капитала. Руководство ОАО "Альфа-Банк" придерживается такого мнения, что если вы заботитесь о сотрудниках, они стараются лучше работать и проявлять лояльность к компании, а не мусор. Что влечет за собой улучшение качества продукции и повышение производительности труда. Следовательно, прибыль фирмы увеличивается. Компания выглядит в глазах общества, партнеров и клиентов более впечатляющим. Основными задачами организации работы по охране труда в "Альфа-Банк":

- организация и обеспечение охраны труда и улучшение условий труда. Высшее руководство должно сообщить политику по этому вопросу и о решениях весь персонал, как правило, в письменной форме;
- за безопасность труда в компании несет ответственность за каждое верхнего и среднего уровня;
- большое внимание следует уделять проверок на рабочих местах, в том

¹⁸ Официальный сайт Альфа-Банка [Электронный ресурс]. URL: <https://alfabank.ru/>

числе безопасности и охраны труда;

- работники имеют возможность участвовать в выработке политики по вопросам безопасности и гигиены труда планирование и активная работа по сохранению. Такое сотрудничество является эффективным методом обеспечения участия всех членов команды в улучшение условий труда;

- улучшение условий труда и рабочих мест, в том числе аспекты безопасности и гигиены труда обеспечивается специальными научно-исследовательских работ, что приводит к улучшению конструкции оборудования, установок и процессов, а также разработка более комплексных норм труда;

- обучение техника безопасности на всех уровнях представляется неотъемлемой частью обучения.

1) социальный отчет за 2016 год.

Линия жизни

Уже более десятилетия Альфа-Банк поддерживает Благотворительный фонд «Линия жизни», основной целью которого является спасение детей с опасными для жизни заболеваниями и развитие культуры благотворительности в обществе. Банк не только участвует в этой благотворительной деятельности как корпоративные доноры, но и предоставляет своим клиентам и сотрудникам возможность участвовать в программе индивидуальных целевых пожертвований для тяжелобольных детей. В ходе сотрудничества с Фондом Банк регулярно проводит различные мероприятия для дальнейшего привлечения средств для детей, нуждающихся в финансовой помощи. С 2011 года Альфа-Банк предоставляет благотворительный депозит для физических лиц «Life Line», который позволяет клиентам не только безопасно и сэкономить ваши деньги, но и помогать детям. Депозитная линия «Жизнь» работает просто: сумма процентов, выплачиваемых по депозитам, Альфа-Банк ежемесячно 0,050% от суммы вклада в благотворительный фонд для

серьезного спасения тяжелобольных детей «Линия жизни». В 2016 году в рамках акции «чья-то жизнь - не мелочь!», Приехавшая в несколько регионов России, было собрано 8,242,307 рублей 98 копеек. Все средства были направлены на проведение высокотехнологичных операций 10-го с опасными для жизни заболеваниями.

Летний день Альфа-Банка.

Ежегодно Альфа-Банк проводит летние дни в крупных российских городах. Прибыль от каждого проданного билета на семья мероприятия пойдут в благотворительном Фонде "Линия жизни" на лечение детей с тяжелыми заболеваниями.

В Травму.

С 11 по 13 июля в Нижнем Новгороде состоялся "Альфа-Банк", первый фестиваль музыки и технологий Alfa будущих людей. Часть выручки от продажи билетов, а именно 778 150 рублей, была перечислена в Фонд "Линия жизни".

Благотворительный забег.

В 2014 году Альфа-Банк принял участие в ежегодном спортивном фестивале выполнить, набрать команду из 30 человек. Благотворительный забег 5275 5, 275 метров впервые на 24 сентября 2014 года в парке культуры и отдыха. Горький, а в 2014 году он прошел уже в третий раз. Главными целями забега – развитие культуры благотворительности в обществе, привлечение внимания к активному, здоровому образу жизни и сбор средств на реализацию благотворительных программ.

Кто, если не мы? Волонтерские инициативы в Альфа-Банке

Одной из приоритетных областей в этой области является уход за сиротами. Банк не только собирает гуманитарную помощь среди сотрудников, но и привлекает активистов для работы в качестве добровольцев. По всей стране волонтеры из Альфа-Банка помощь детским домам, чтобы принести

детям подарки, праздник, проводить мастер-классы. Ежегодно проводится благотворительная акция "День защиты детей", "помоги собраться в школу", "Рождественское чудо", активно развивает волонтерское движение "доброе". В Томске, на праздник День защиты детей, Банк пригласил детей своих клиентов в кино и показали популярных детских фильмов. Дети в возрасте до шести лет показал "подарок", дети постарше, в возрасте двенадцати лет "Малефисента". Обе группы были в восторге, и их родители.

С начала 2014 года, Альфа-Банк есть волонтерский проект, "давая добро". Участники проекта не просто привести ребенка домой подарков и игрушек, но и помочь детям, оставшимся без попечения родителей, общаться, проводить практические занятия для развития бытовых навыков, творческих мастерских и спортивных тренировок.

Летом "Альфа-лаборатории".

В конце августа во Владивостоке пройдет летний день. Традиционный фестиваль, который проходит в едином формате "Альфа-лаборатории" на берегу Японского моря. На этот раз местом творческого исследования, был выбран Амурский залив. Просторный прибрежной полосе есть много творческих, образовательных и спортивных полей. В рамках этого мероприятия были собраны средства на лечение детей по программе "Линия жизни". Это очень хорошая традиция и особенно приятно, что с каждым годом в фестивале участвует все больше и больше людей.

Альфа-Банк поздравил с победой в Великой Отечественной войны из разных городов России. Специально для ветеранов были организованы праздничные концерты и приемы. Из года в год в торжественной обстановке представители "Альфа-Банка" поздравили героев и вручили им цветы и подарки – сертификаты на лекарства, бытовую технику, продуктовые наборы и оказана адресная финансовая помощь. И к тем, кому уже трудно выходить из дома, волонтеры из "Альфа-Банка" пришли с подарками и поздравлениями в

гости. В Томске сотрудники посетили ветеранов на дому, а также принял участие в торжественных мероприятиях, посвященных Дню Победы, который был организован клиентами Банка – организаций и предприятий – для своих бывших сотрудников-ветеранов. В этом году аптеки сертификаты также были вручены ветеранам, которые многие годы работал в ОАО "НПЦ "Полнос", городской больницы № 3, НИИ кардиологии Томского политехнического университета.

Честность и прозрачность-вот основные принципы, на которых отношения Альфа-Банка с клиентами и партнерами. Открытая информационная политика является основным приоритетом Национального пресс-службы в сотрудничестве с представителями средств массовой информации. Национальном пресс-служба реализует комплексную PR-поддержку всех бизнес-линий Банка. Своевременная и качественная информация для СМИ и общественности о деятельности Альфа-Банка осуществляется в соответствии с общепринятыми стандартами во всех регионах присутствия. Одно из центральных событий года, организованное пресс-службой, широкомасштабная конференция для журналистов центральных и региональных СМИ. Ежегодно в конференции принимают участие представители правительства Российской Федерации, Государственной Думы, Центрального банка Российской Федерации и более сотни журналистов из регионов России.

Ключ к успешному бизнесу

Укрепить эти ценности в сотрудниках, чтобы продемонстрировать примеры их следования, поощрять лучшее - Одна из задач Банка в области внутренних коммуникаций. Не менее важным является создание культуры общения между сотрудниками, потому что Банк - это команда, и коллеги всегда смогут обсуждать деловые вопросы не только друг с другом, но и с руководителями любого уровня. Корпоративные мероприятия, внутренний

электронный портал газеты «Альфа-Мир» «Альфа-Навигатор», ресурс «Банк идей», встречающий менеджеров с рядовыми сотрудниками в Москве и регионах, все они направлены на укрепление корпоративной культуры, что делает Альфа-Банк одним из наиболее привлекательных работодателей на рынке.

Для России 2015 год был сложным с экономической точки зрения. В такой ситуации, своевременное информирование сотрудников о стратегии и целях является важной частью информационного поля, простирающийся между тем, кто стоит "у руля", и каждый сотрудник на своем рабочем месте. Главный исполнительный директор Банка регулярно обращается в своих письмах к сотрудникам, говоря о макроэкономической ситуации на рынке и дальнейшего развития Альфа-Банка в этой среде. Справа от каждого сотрудника, чтобы понять некоторые решения банка и ситуации на рынке зависит от репутации Банка в глазах клиентов и бизнес-компаний.

Журнал "Альфа-Навигатор" издательства "Альфа-Навигатор", ежеквартальный журнал, 60 страниц, доведенные до каждого сотрудника Банка лично. Редакторы и авторы являются сотрудниками Банка, которые понимают процессы и корпоративную культуру. Это позволяет адекватно передать соответствующую информацию, чтобы сохранить целостность концепции журнала и последовательно проводить информационную политику Банка. Чествование работников со стажем до 5, 10, 15 и 20 лет хорошей традицией Банка, чтобы отметить сотрудников, чей стаж работы в банке оценивается по пяти, десяти, пятнадцати и даже двадцати лет. Сотрудники, работающие в банке на пять лет, получают именные благодарственные письма, подписанные руководством Банка. Десятилетние юбилеи награды с гравировкой. И пятнадцатилетние юбилеи носить почетный Золотой знак "15 лет успеха!". Конкурс "Лучшие из лучших" всем банковских конкурса "лучшие из лучших" проводится в банке много лет уже. Правила конкурса в 2014 году были изменены в соответствии с принятой моделью лидерских качеств –

человек должен знать ценности банка, но и применять эти знания в работе. Лидерские компетенции формируют культуру предприятия и руководства персоналом на соответствующее поведение. Начиная с 2014 года, победители будут выбраны на ежеквартальной основе в двух номинациях: личном и командном. Критерии оценки кандидатов на добавленные поведенческих характеристик, то есть, при рассмотрении кандидатов, Комитет будет оценивать не только то, что было сделано сверх ожиданий, но и как это было сделано. Ежеквартально имена лучших сотрудников публикуются на корпоративном портале ОАО "Альфа-мир", наряду с фотографиями и рассказом о своих достижениях. И сами персонажи получают денежный приз и признание коллег. Альфа-Банк заботится о сохранении природного разнообразия нашей страны и активно сотрудничает с Всемирным фондом дикой природы, занимающимся охраной и восстановлением флоры и фауны. Банк не только поддерживает инициативы Фонда и предоставляет клиентам возможность внести финансовый вклад в охрану окружающей среды. Как член корпоративного клуба WWF, Альфа-Банк на постоянной основе поддерживает экологические проекты WWF России, проводя ежегодные пожертвования в Фонд. Поэтому всех участников суммируются и выделяются приоритетные проекты WWF в России. В этом году Корпоративный клуб в возрасте 13 лет, и Альфа-Банк участвует в программе в течение 12 лет. Мы также провели много других мероприятий как внутри Банка, так и от общественной деятельности. В дополнение к ежегодному деятельности, представленные в социальном отчете банка за 2014 год, в 2015 году проведено не менее важным, с точки зрения общества и организации, в деятельности, описанной ниже. В центральном офисе Альфа-Банка очень долго была сильной сборной по футболу и хоккею. Составы регулярно обновляются, но еженедельные тренировки и участие в соревнованиях никогда не останавливается. В начале 2015 года Банк сформировал команду по волейболу. Для поддержания интереса к спортивному

образу жизни, это очень важно для Альфа как работодатель, потому что эмоции и драйв от спортивное поле, конечно, будут переданы в работу. Тем не менее, занятия спортом-это в первую очередь отдых, а Банк здесь имеет сильную справедливую позицию по отношению к финансированию обучения. Организация оплачивает 60% от стоимости аренды зала, остальное-взносы самих "спортсменов". Поэтому, заинтересованные сотрудники будут "голосовать" за важность своего свободного времени. Соревнования по волейболу был на гребне активности все лето. В каждом регионе на корпоративном летние каникулы любой сотрудник может подать заявку на участие в турнире по волейболу. Тех городов, в которых в турнире приняли участие восемь и более команд со смешанными дивизий получили денежный грант на аренду помещения для обучения в следующем году. Летом 2015 года состоялся первый совместный чемпионат банком по мини-футболу. Ценные футбол как командную игру, где важно ценить каждый игрок должен стремиться к победе и, чтобы быть справедливым к противникам. Так, по итогам конкурса спортивных грантов на десять региональных групп получили финансирование на обучение в 2015 году.

От работы каждого сотрудника в отдельности зависит успешная работа всего отделения в целом. Еще одним важным фактором - слаженность коллектива, помощь друг другу, ответственность не только за себя, еще для своих коллег. Комплекс реализация социальных проектов стала неотъемлемой частью имиджа предприятия и успех в конкурентной борьбе. Благотворительность играют важнейшую социальную роль, реализуется через социальные проекты – общие механизмы формирования благоприятного имиджа предприятия.

3 Стратегия корпоративной социальной политики в коммерческих банках Китая

3.1 Влияние корпоративной социальной политики на эффективность коммерческого банка China Everbright Bank

Корпоративная социальная политика коммерческого банка China Everbright Bank (Китай) предполагает концепцию, среди ключевых компонентов которой принадлежит целям, средствам, тенденциям ее развития и реализации. Цель социальной политики банка характеризуется результатом, на который ориентирована работа компании¹⁹.

Социальная политика коммерческого банка China everbright Банк ориентируется на своих сотрудников. Работник, как человек, есть цель и ценность в создании и реализации корпоративной социальной политики коммерческого банка, Китай everbright Банка. Если вы начинаете с признанием работника как главную ценность, в этом случае, одной из важных задач социальной политики должно обеспечить работникам достойный уровень жизни, социальных прав, справедливого заработка, социальной защиты.

Китай everbright банка являются: денежные, социальные выплаты, льготы, компенсации, социальные программы, коллективный и трудовой договор.

Корпоративная социальная политика предприятия является деятельности работодателей, менеджмента и наемных работников, которая направлена на сохранение и изменение их социального статуса . Это деятельность для удовлетворения социальных потребностей, согласованию социальных интересов, реализации социальных прав и социальных гарантий, предоставлению социальных услуг, социальной защите персонала. В

¹⁹ Сайт банка China Everbright Bank //http://www1.cebbank.com/Site/ceb/cn

результате формирования внутрифирменных трудовых отношений появились две различные подходы к пониманию корпоративной социальной политики.

Сторонники первого подхода признают, что фирма должна осуществлять производственные и экономические цели и ее социальная ответственность является получение максимальной прибыли, обеспечение высокой заработной платы для наемных работников и интересов акционеров.

Другого подхода придерживаются мнения, что оба могут быть рассмотрены как производственно-экономические и социальные проблемы, возникающие в процессе эксплуатации. Другими словами, должен быть достигнут определенный баланс в решении производственных, социальных и экономических проблем, существующих в компании в какой-то момент или другой. Также КСП можно охарактеризовать как комплекс мероприятий, направленных на формирование определенного уровня социальных гарантий, необходимых для привлечения и удержания квалифицированного персонала, повышение производительности труда и, как следствие, повышение эффективности деятельности компании.

Трудовые отношения – это отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении работником за плату трудовой функции в интересах, под управлением и контролем работодателя, подчинение работника внутреннего трудового распорядка при обеспечении работодателем условий труда. В соответствии с трудовым законодательством и другими нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективного договора, соглашений, местных нормативных актов, трудового договора.

Иными словами, основными признаками трудовых отношений являются осуществление конкретными функций сотрудника работу, подчиняясь правилам трудового распорядка, платный исполняемой работы, обеспечение работодателем соответствующих условий. Противники внутрифирменных

трудовых отношений являются работник и работодатель.

Экономическая суть внутрифирменных трудовых отношений коммерческого банка China Everbright Bank выражается. Для поддержания и повышения качества жизни, измеряемого финансовыми и социальными характеристиками.

Основа для дальнейших исследований в нашей работе будет иметь основополагающее значение для определения эффективности внутрифирменного коммерческого банка China China Everbright Bank.

Разделите понятие эффективности.

Экономическая эффективность (эффективность производства) - это соотношение между результатами производства продуктов и услуг, с одной стороны, и стоимостью труда и средств производства - с другой.

На основе теории дается определение понятия «эффективность внутрифирменных трудовых отношений» для нашего исследования. Эффективность внутрифирменных трудовых отношений - это взаимосвязь, результат сотрудничества между работниками и работодателями в процессе улучшения условий труда и повышения трудовой активности работников, направленных на повышение его экономической эффективности, стоимости корпоративных социальных инвестиций с помощью инструментов Эффективной корпоративной социальной политики.

Кроме того, необходимо ввести критерии эффективности корпоративной социальной политики и трудовых отношений коммерческого банка China Everbright Bank, представленные в таблице 6.

Таблица 6 – Авторский подход к определению критериев эффективности внутрифирменных трудовых отношений и эффективности корпоративной социальной политики во внутренней среде (составлено автором)

Показатели	Пояснения
Критерии эффективности внутрифирменных трудовых отношений	
Коэффициент опережения	$K_o = T_{рзп} / T_{рпт}$, где $T_{рзп}$ – темп роста заработной платы; $T_{рпт}$ – темп роста производительности труда за сравниваемый период.
Коэффициент численности административно-управленческого персонала	$K_{ауп} = Ч_{ауп} / Ч_o$, где $Ч_{ауп}$ – численность АУП, чел; $Ч_o$ – общая численность работников, чел.

Показатели	Пояснения
Критерии эффективности внутрифирменных трудовых отношений	
Коэффициент трудовой дисциплины (величина внутрисменных и целодневных потерь рабочего времени, допущенных по вине работников)	$K_{тд} = (1 - (\sum \text{т.д.} / T_{пл} * n)) * (1 - (\sum \text{т.н.} / T_{см} * n))$ <p>где $\sum \text{т.н.}$ – Итого внутрисменных потерь рабочего времени, вызванных нарушением трудовой дисциплины (начало работы с опозданием, ранний уход с работы, посторонние разговоры в течение смены, отлучки с рабочего места без уважительных причин), час.;</p> <p>$T_{см}$ – Продолжительность рабочей смены, час; N – число работников, охваченных наблюдением, чел.; $\sum \text{т.д.}$ – общий день потери рабочего времени, вызванные нарушением</p>

	<p>трудоустройству, дней; ТПЛ – плановый Фонд рабочего времени одного работника за рассматриваемый период, дней; N1 – число работников на предприятии, человек.</p>
<p>Коэффициент расходов на обучение</p>	<p>$K_{po} = Z_{ob} / Z_o$, где Z_{ob} – расходы на обучение персонала, руб. Z_o – общие затраты на персонал (оплата труда, дополнительное страхование, питание и т.д.), руб.</p>
<p>Средняя заработная плата в месяц, руб.</p>	<p>$Z_{ср} = ФОТ / Ч_o$, где ФОТ – Фонд оплаты труда, руб; $Ч_o$ – общая численность персонала, чел.</p>
<p>КСТ – коэффициент стабильности кадров означать изменение персонала, который предотвращает естественное старение коллектива</p>	<p>$K_{ст} = Ч_{стаж} / N$, где $Ч_{стаж}$ – количество работников со стажем 5 лет и более, чел; N – общая численность персонала, чел. Социальный ориентир $K_{ст} = 0,8$</p>
<p>K_t – коэффициент текучести кадров</p>	<p>$K_t = P_{ув} / P$, где $P_{ув}$ – число уволенных работников, чел; P – среднесписочная численность работников, чел.</p>
<p>Критерии эффективности корпоративной социальной политики во внутренней среде</p>	
<p>Показатель СФСР (средства фонда социального развития), тыс. руб.</p>	<p>В среднем социальные расходы на одного сотрудника, которые включают в себя плату за труд, социальные льготы, стоимость социального пакета и т. д.</p>
<p>Коэффициент улучшений условий труда</p>	<p>Статистические данные анкетирования, % удовлетворенности персонала</p>

Показатели	Пояснения
Критерии эффективности корпоративной социальной политики во внутренней среде	
Эффект от уменьшения текучести кадров (ежегодный)	$Эт = Zн * P (Kт1 - Kт2)$, где $Zн$ - затраты на новичка = $Zот / rot$, $Zот$ - затраты на отбор персонала, руб.; rot - количество отобранных кандидатов, человек; P - среднесписочная численность работников, чел; $кт$ - коэффициент текучести.
Эффект от обучения с последующим совмещением профессий	$Эоб = Zзп * Rep * N - Zоб$, где $Zзп$ - стоимость затрат на рабочую силу на одного работника в месяц, руб.; Rep - число сотрудников, которые обучаются смежным профессиям, чел; N - календарный срок, для расчёта эффективности, мес; $Zоб$ - затраты на обучение, руб.
Эффект от увеличения производительности труда (за год)	$Эп = P * Дм * (П2 - П1)$, где P - количество работников, чел; $Дм$ - количество рабочих дней, отработанных за год; $П$ - производительность труда как отношение объема продаж за год к числу работников = $Op / (Дм * P)$.
Суммарная эффективность трех эффектов	$Эс = Эп + Эт + Эоб$
Показатель экономической	$Эр = Zвкп / ЧП$, где $Zвкп$ - затраты на внутрифирменную корпоративную

результативности	социальную политику, руб; ЧП – чистая прибыль организации, руб.
Показатель экономической результативности: Рентабельность корпоративной социальной политики	$R_{ксп} = ЧП/СФСР$, где, ЧП – чистая прибыль, руб; СФСР – средства фонда социального развития – средние социальные затраты на одного работника, включая заработную плату, социальные выплаты, стоимость социального пакета и т.д., руб.
Уровень трудовой жизни	Определяется на основе статистических исследований и анкетирование сотрудников в учреждении, удовлетворенность качеством трудовой жизни, измеряемая в пунктах.

Эффективность социальной политики современных банков часто измеряется эффективностью системы оценки. Результаты обзора литературы свидетельствуют о том, что 50% компаний строят системы оценки эффективности исключительно на финансовые показатели. Автором этой работы является оценка эффективности КСП и внутрифирменных трудовых отношений также с социальным показателем, описанным в таблице выше.

Далее рассмотрим такое социальное направление коммерческого банка China Everbright Bank как корпоративное волонтерство.

Единой формулировки понятия "корпоративное добровольчество" (кв) среди экспертного сообщества не существует, спектр определений достаточно широк и зачастую весьма противоречивые толкования. Ряд организаций настаивает на фразе "корпоративное волонтерство" – русский синоним. В противовес этому определению является следующее несоответствие влияет на суть явления. Некоторые эксперты считают, что кв должны проводиться только по выходным, другие, верные редкое отсутствие сотрудников в рабочее время, если это согласовано с руководителями и не противоречит общей политике компании. В некоторых крупных корпорациях, в том числе коммерческого банка, Китай everbright Банк часы отработки пропущенного

времени. не все участники исследования имеют четкое понимание того, что кв-это только деятельность, которая является сотрудников бизнес-структуры добровольно и свободно. Путаница существует, и это необходимо учитывать для дальнейшего развития кв.

Еще один спорный вопрос – имеет ли денежные пожертвования понятие кв. Некоторые эксперты настаивают на том, что волонтерство-это в первую очередь забота, чтобы помочь нуждающимся. Другие считают сотрудники, которые в настоящее время не можете присоединиться к моим коллегам и добровольно, но пожертвовать в случае ваши средства будут также волонтеры.

Корпоративное волонтерство является важным для современного Банка, в частности, во время финансового кризиса, когда многие бизнес – Структура сократила пожертвования на благотворительность. У него большой потенциал в объединении людей по общим социальным вопросам, и, что немаловажно, за счет бесплатного участия в проектах сотрудников одной компании.

И какова роль корпоративного волонтерства среди других направлений КСП, мнения участников исследования разделились.

Некоторые из них, в основном, сотрудники крупных транснациональных компаний, считают, что из-за того, что в соответствии со стратегией развития компании кв написано в рамках КСП, это воспринимается на всех уровнях управления как значительное участие в развитии корпоративной культуры, внутренних коммуникаций, создание благоприятного климата внутри компании.

В рамках социальной ответственности бизнеса в последние годы начали активно развивать направление добровольчество, корпоративное добровольчество – привлечение сотрудников компании в реализации проектов добровольцев. Одновременно с этим набирает популярность еще один феномен современного рынка труда; - HR-брендинг, компания стала уделять значительное внимание развитию своего имиджа как привлекательного

работодателя. В этой части исследования мы хотим рассматривать концепцию и определение характера их взаимодействия.

Концепция HR-бренда компании и корпоративной программы добровольчества. HR-бренд - это образ компании как хорошего работодателя в сознании сотрудников и кандидатов, а также партнеров клиентов или других лиц. Другой путь это понятие можно охарактеризовать как совокупность материальных обещаний (Зарплата и премии) и нематериальные (миссия и ценности), которые компания дает своим работникам как текущие и будущие. А больше кандидатов и сотрудники не знают о преимуществах компании как работодателя, тем больше ее HR-бренд.

По данным исследования компании PwC, в то время как только около 20% всех компаний думают о HR-бренде, но с каждым годом это число растет. Очень часто руководители компаний и сами работники не видят разницы между понятиями "бренд производителя/поставщика услуг" и "бренд работодателя", в то время как они различаются по своему содержанию и целевой аудитории, и методика создания и разработки. В первом случае, адресат партнеров бренда и потребителей, а второй действующих и потенциальных сотрудников. Кроме того, не всегда наличие одного из брендов свидетельствует о наличии второй, они могут быть абсолютно разными. Например, компания может быть отличную репутацию как производитель какого-либо продукта, но она может быть совершенно непривлекательным как работодателя.

Однако мировая статистика подтверждает, что свыше 90% компаний, входящих в список мировых лидеров «Fortune500», реализуют различные программы корпоративного волонтерства, отдача от которых ощутима по многим показателям. Коммерческие банки, в том числе China Everbright Bank не только привлечь своих работников для выполнения определенной работы, но и поделиться с некоммерческими организациями, имеющими опыт в

подготовке бизнес-планов, организации деятельности и других бизнес-навыков. Рассмотреть преимущества корпоративного волонтерства. Вообще, считается, что главной заинтересованной стороной в развитии добровольчества и увеличения количества волонтеров является прямым получателем волонтерской помощи. Однако, эффективное Корпоративное управление основывается на удовлетворении интересов трех сторон: компании, его персонала и получателей волонтерской помощи (представители уязвимых социальных групп, школ, больниц, некоммерческих организаций и т. д.). На рис. 2 показано взаимодействие этих структур и то, что создает преимущества корпоративного волонтерства для каждого из них. С точки зрения общества, практики корпоративного волонтерства-это не только возможность улучшить свою репутацию в глазах общества, а также повышения вовлеченности сотрудников, повышение производительности труда, улучшение психологической атмосферы в компании и, как следствие, укрепление HR-бренда.

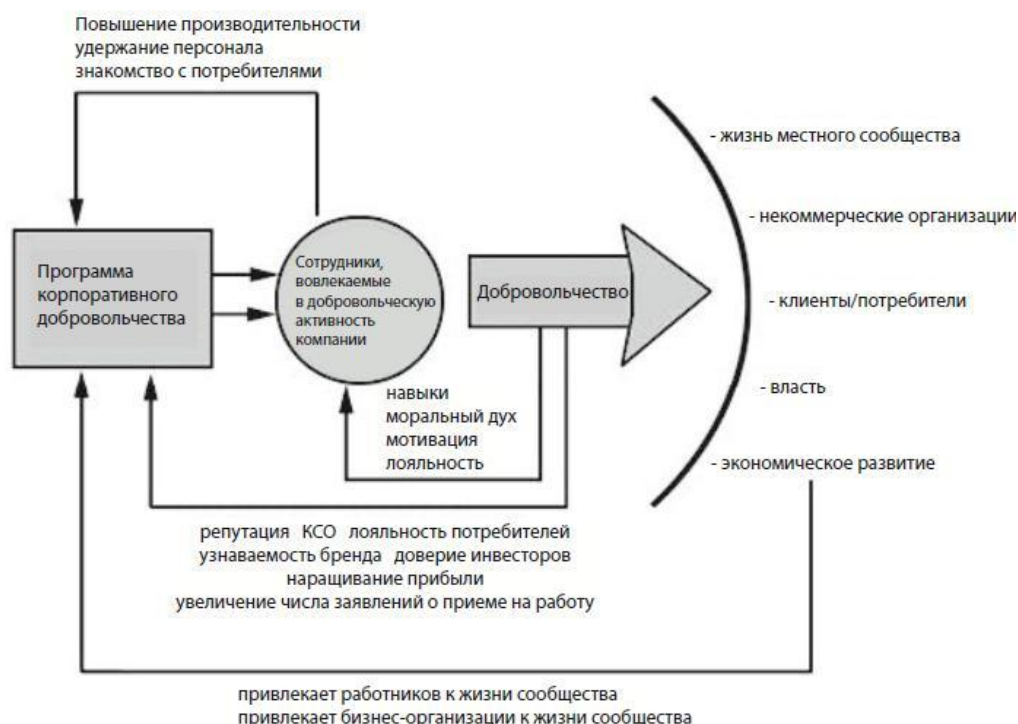


Рисунок 6 – Выгоды волонтерства для коммерческого банка China Everbright Bank, сотрудников и получателей помощи (составлено автором)

Для работников коммерческого банка Китая, Банка Эвербрайт помимо личного удовлетворения от участия в таких мероприятиях приносит ряд преимуществ. Например, некоторые компании используют схему гибкого рабочего дня и оплачиваемых праздников для тех сотрудников, которые участвуют в корпоративных программах добровольчества. Чтобы иметь возможность добровольно предоставлять сотрудникам с согласия пользователей в зависимости от потребностей корпоративных программ волонтерства от 1-2 часов в неделю до 40 часов в год для участия в волонтерской деятельности. Кроме того, каждый сотрудник-доброволец получает возможность развивать новые навыки, пробовать новые виды деятельности, содействовать развитию государства всеобщего благосостояния и гражданского общества, чувствовать себя полезным для общества.

Корпоративное волонтерство служит инструментом для решения нескольких важных кадровых вопросов, связанных с профессиональным развитием и удержанием персонала, развитием, лояльностью и повышением морального духа в команде и, как следствие, развитием HR-бренда.

Волонтерством является не просто "акт доброты", оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества и осознать свой вклад в решение социальной проблемы. Таким образом, благодаря корпоративному волонтерству компания укрепляет свою репутацию и делают ее сотрудники переводчики имиджа компании как социально ответственного и привлекательного работодателя.

3.2 Корпоративная социальная политика как инструмент повышения эффективности внешне-экономической деятельности банка China Everbright Bank

Из обоснованной выше многомерной структуры КСП как механизма воспроизводства человеческого потенциала компании логически следует комплекс вопросов, связанных с эффективностью КСП, в том числе в аспекте внешне-экономической деятельности банка. Это связано с тем, что каждый из подразделений КСП тратит значительные средства, выполнение инвестиций, которые необходимо оценивать по четырем аспектам. Первый аспект касается проекции социальных инвестиций на качественные и количественные характеристики всего работника компании; Второй - с особым значением каждого из блоков в контексте дальнейшего улучшения PSC; В-третьих, анализ степени влияния КСП на другие сферы деятельности компании (технологический, рыночный, финансовый, имидж и т. Д.); четвертый – с влиянием КСП на систему внешних связей корпорации. Необходимо подчеркнуть неразрывную связь всех четырех аспектов, поскольку он является систематическое рассмотрение и позволяет более полно и объективно оценить работу вышеупомянутых крепежных средств. Эта оценка, в свою очередь, является неотъемлемой частью методического обеспечения долгосрочного устойчивого развития корпорации в целом. В этой связи заслуживает поддержки позиция авторов, которая рассматривает устойчивое развитие предприятий в единстве процессов и результатов экономической, экологической, социальной, производственной и экономической составляющих деятельности компаний рассматривается во времени. Возвращаясь к вопросу эффективности ПКС в аспекте внешнеэкономической деятельности Банка, следует помнить, что традиционное научное понимание категории "эффективность" понимается "относительный эффект, результативность

процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата, затрат, расходов, способствующих, обеспечения его получения". Что касается эффективности самой печатной платы, критического анализа современных исследований по этой проблеме выделяются следующие основные подходы к его изучению. Временный скачок в эффективности ЦОН основывается на необходимости оценки эффективности социальной политики на всех ее этапах: при планировании, обосновании, реализации и последующей реализации различных программ и проектов.

Подход к эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка по критерию направленности инвестиций предполагает учет специфики социальных вложений в зависимости от их сферы. Сторонники этой позиции различают инвестиции во внутреннюю среду компании и во внешнюю сферу её функционирования. Следует отметить, что перечень конкретных направлений в инвестировании во внешней среде компании, является очень специфической, поскольку она определяется региональными условиями и особенностями.

Уровневый подход к эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка основан на различении уровней реализации и оценки эффективности корпоративной социальной политики с выделением, во-первых, уровня региона, во-вторых, уровня отдельной компании, в-третьих, уровня конкретного направления/программы КСП.

Описаны методические приемы можно назвать "моно" подходов, поскольку они основаны на один параметр (критерий). Учитывая разнообразие фактической научной и практической задачи, это синтез, поскольку КСП следует структурировать так, чтобы различные аспекты эффективности не противоречили друг другу и действовали как взаимодополняющие. Таким образом, нет сомнений в том, что реализация краткосрочных проектов в аспекте внешнеэкономической деятельности Банка не оказывает

деструктивного влияния на долгосрочную социальную политику Корпорации; Очевидная необходимость баланса между внутренними и внешними социальными инвестициями; Имеет большую ценность соразмерности между региональными и корпоративными проектами. В свете вышесказанного представляется логичным постановка вопроса о многомерном характере проблемы эффективности корпоративной социальной политики. Отрадно, что такой комплексный подход уже зафиксирован в литературе. Например, Г. Л. Тульчинский в одной из своих работ подчеркивает целостность понятия «эффективность», что является справедливым повышением эффективности КСП с учетом различных оснований для его оценки. В рамках этого подхода Автор выделяет три вида (измерения) эффективности КСП: эффективность, действенность и целесообразность. Первый аспект-это эффективность – понимается как отношение результата (р) к цели (с). Соответствующая формула выглядит следующим образом:

Результативность = R/C (1) В этом случае более эффективной работы, результатом которой в наибольшей степени реализуют цели компании. Второй аспект – эффективность – это соотношение результатов (р) к затратам ресурсов (З). Соответствующая формула выглядит следующим образом: эффективность = R/z (2) очевидно, что в этом измерении более эффективной работы, позволяя получить тот же результат с меньшими затратами. Третье измерение целесообразность-отношение целей (я) в реальных социальных проблем (П). Этот аспект отражается по формуле:

Целесообразность = C/p (3) Вот еще одно эффективное упражнение, которое достигается за счет решения актуальных социальных проблем. Высокий балл из перечисленных выше методов не отменяет необходимость разработки ряда комментариев, разъясняющих характер, что позволило сформулировать авторскую позицию по вопросу об эффективности корпоративной социальной политики. Во-первых, верная трактовка

эффективности ПКС в аспекте внешнеэкономической деятельности банка как комплексное понятие в единстве целесообразности, эффективности и экономичности требует уточнения содержания этих категорий.

Во-первых, увязка целесообразности в рамках комплексного понятия "эффективность" исключительно социальные проблемы представляется односторонним, так как основная цель корпорации в области устойчивого развития компании, а не с решением социальных проблем. Последняя задача всех субъектов трипартизма. Таким образом, целесообразность как аспект эффективности должен сочетаться с устойчивым развитием корпорации в целом.

Во-вторых, в интерпретации результативность как элемент эффективности ЦОН должен ориентироваться на соответствие физических показателей результатов деятельности КСП первоначальной цели (планируемые) параметры в соответствующей сфере воспроизводства чпк (заработная плата, обучение, отдых и т. д.).

В-третьих, экономика как элемент эффективности деятельности КСП должен быть понят как отношение стоимости полученного эффекта от реализации мероприятий СМБ соответствующие фактические финансовые затраты. Таким образом, если характеристика эффективности одним из приоритетов своей естественное выражение, описание эффективность и стоимость.

В свете вышеизложенного, суть авторского подхода к эффективности КСП такова: эффективность КСП есть единство её целесообразности, результативности и экономичности КСП в рамках соответствия качественных и количественных параметров воспроизводства ЧПК многогранным потребностям устойчивого развития компании, В формульном представлении подхода в числителе - значения параметров РОС и знаменателя параметров устойчивого развития:

Эффективность КСП

- Параметры воспроизведения ЧПК
- Варианты устойчивого развития корпорации

Практическое применение вышеупомянутых разработок предполагает конкретизацию проблемы эффективности корпоративной социальной политики до уровня рассмотрения соответствующих факторов. Актуальность изучения этих вопросов обусловлена, во-первых, важностью объективной оценки результатов корпоративной социальной политики; во-вторых, многообразие факторов, влияющих на конечные результаты деятельности КСП; в-третьих, необходимость поиска и мобилизации дополнительных резервов и перераспределение существующих. К сожалению, эта тема еще не была достаточно развита в литературе пока имеются только отдельные публикации. Развитие КСП под влиянием двух групп факторов, а именно: внешние (объективные) и внутренние (субъективные). Первая группа связана с влиянием внешней среды на политику предприятия. предлагается оценить влияние этих факторов с помощью ряда показателей, таких как: уровень государственной поддержки предпринимательской деятельности, адекватности налоговой системы, степень социальной защиты предпринимателей, его общественная оценка, степень консолидации бизнес-среды и т. д. что касается внутренних факторов, автор считает, что они, по своей природе, могут быть измерены непосредственно персонал предприятия (руководители и другие разработки). Основной упор делается на показатели экономической устойчивости предприятий, профсоюзной деятельности, стабильность персонала, удовлетворенность сотрудников реализацией основных направлений КСП, эффективности кадрового менеджмента. Графически позиция представлена на рисунке 7.



Рисунок 7 – Факторы формирования эффективной корпоративной социальной политики (составлено автором)

Мы должны положительно оценить достижения И. в. Долгорукова, поскольку ее положение позволяет углубить понимание НПФ в контексте механизмов его формирования и эффективность. Однако, это не совсем оправдано сокращение проблема факторов эффективности КСП исключительно в процессе его становления. Более логичным, мы должны принять это толкование, согласно которому эффективность (и, следовательно, ее факторы) неразрывно связана со всеми этапами жизненного цикла КСП и результирующие характеристики. В свете вышеизложенного, необходимо говорить об эффективности КСП в целом, что правомерно и в отношении соответствующих факторов. Резюмируя вышесказанное, определим факторы эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка как совокупность элементов, явлений, процессов и прочих детерминант, воздействующих на результативность корпоративной социальной политики в плане ее соответствия целям устойчивого развития компании. Далее, вам нужно решить проблему классификации факторов эффективности КСП, что

требует выбора соответствующей базы. Как таковой, представляется целесообразным избрать основной критерии, по которым выделяются: ресурсные (материальные, технические, информационные и документации, средства, используемые в рамках КСП); и организационного персонала (кадры, органы, структуры в сфере СМБ); управления (т. е. эффективности осуществления всех функций управления РСВ); социальные (степень удовлетворенности сотрудников КСП реализованы, социального имиджа предприятия в обществе) факторы (см. рис. 4). Необходимо подчеркнуть, что все вышеперечисленные факторы тесно взаимосвязаны и влияют друг на друга. Поскольку предполагаемый объект и предмет исследования очевидна особая важность управленческого фактора в успехе КСП. Эта многогранная группа факторов далее в работе будут изучены в функциональном аспекте. Таким образом, ресурсные и институциональные человека и социальные факторы рассматриваются в этот тезис косвенно, т. е. через их влияние на осуществление управления корпоративной социальной политики. Рассматривая проблему функций управления в целом и управления ПХД, в частности, следует обратиться к некоторым основным определениям, которые будут дополнительно обосновать позицию автора по данному вопросу. Как известно, в обычном понимании функции управления являются неотъемлемой частью любой управленческой деятельности, независимо от ее объекта, предмета, уровня и т. Д представлена на рисунке 8.



Рисунок 8 – Основные факторы эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка (составлено автором)

Существуют различные подходы к классификации функций менеджмента с акцентом на общие, конкретные и специальные сорта. Наиболее распространенной является точка зрения, согласно которой выделяют следующие пять наиболее общие (основные) функции управления: планирование, организация, координация, мотивация, контроль .

В свете вышесказанного очевидно, что контроль обеспечивает обратную связь, поскольку в результате будут сделаны разъяснения и изменения в ранее принятых планах и программах социального развития Корпорации. Контроль является стратегическим в том смысле, что он ориентирован не только на узкие социальные условия, но и результаты в других областях компании (производственные и финансовые).

Возвращаясь к рассмотрению вышеупомянутых функций в контексте эффективности управления КСП в аспекте внешнеэкономической деятельности Банка, следует подчеркнуть ключевое значение соответствующих решений

управления базой знаний. В этом случае мы должны говорить не просто о социальных медиа как таковой (в этом смысле она является ресурсный фактор), и проанализированы, оценены и рассчитаны массивы социальной информации, которая обеспечивает управление процессами воспроизводства человеческого потенциала компании. В этом качестве анализ, оценка и представление (презентация) социальные медиа являются ключевыми элементами методического обеспечения управления УСРС и корпоративной социальной политики в целом.

4 Социальная ответственность ICBC

Сегодня все больше и больше предприятий, организаций, ученых, практиков и просто любознательных людей интересуются вопросами корпоративной социальной ответственности (КСО), или как его еще называют корпоративной ответственности, в том числе корпоративной этики, корпоративного гражданства, устойчивого развития, социально ответственное ведение бизнеса и т. д.

КСО - во-первых, выполнение организациями социальных обязательств, предписываемых законом, и готовность неукоснительно нести соответствующие обязательные расходы.

Во-вторых, КСО-это готовность добровольно нести лишние расходы на социальные нужды за пределами налогового, трудового, экологического и других отраслей законодательства, а не на основе требований закона, и моральным, этическим соображениям.

Корпоративная социальная ответственность-это:

1. набор стратегий и действий, связанных с ключевыми стейкхолдерами, ценностями и выполняющих требования законности, а также учитывающих интересы людей, сообществ и окружающей среды;

2. в центре внимания бизнеса по устойчивому развитию.

3. Добровольное участие бизнеса в улучшении общества. Другими словами, социальная ответственность бизнес-концепции заключается в том, что предприятия, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта услуги, добровольно берут на себя дополнительные обязанности перед обществом.

Внутренней социальной ответственности включает:

- безопасность труда;
- поддержание социально значимой заработной платы;

- стабильность заработной платы;
- дополнительное социальное и медицинское страхование сотрудников;
- повышение и обучение квалификации;
- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы;
- оказание помощи работникам в критических ситуациях и т. д.

К внешней социальной ответственности бизнеса относят:

- взаимодействие с местным сообществом и местными властями;
- содействие охране окружающей среды;
- корпоративная благотворительность;
- ответственность перед потребителями товаров и услуг ;
- готовность участвовать в кризисных ситуациях и т. д.

Социальное Признание ICBC

В течение отчетного периода Банк получил широкое общественное признание его хорошие показатели в области социальной ответственности выполнения. Она выиграла такие награды, как “лучшая социальная ответственность премии финансовый институт”, “ежегодного сокращения масштабов нищеты “Премии”, а первое место Победитель “китайские государственные перечисленных Компаний по корпоративной социальной ответственности” последовательно, и продолжал быть включен Ханг Сенг Индекс серии корпоративной устойчивости.

Таблица 7 – Награды компании

Организатор	Награды
Китай Банковской Ассоциации	“Лучшая Социальная Ответственность Премии Финансовый Институт” , “Лучшая социальная ответственность менеджера премии года” (с четыре награжден человек), “Лучшая социальная ответственность специальные Вклад выпускной премии года” (с двумя выходами награжден), и “Топ-50 финансовых продуктов, которые служат небольшие и микро-предприятий в 2015 году”

Южный Еженедельник	Первое место в “список государственных перечисленных компаний Корпоративная Социальная Ответственность”
Китай Новости, Китай Ньюсуик	“Наиболее ответственным предприятием 2016 года”
Сеть Глобального Договора Китай	“SDG Пионер”
Комитет корпоративного гражданина китайской Ассоциации Социальные работники, видеонаблюдения, tencent общественного благосостояния Фонд	“Отличным корпоративным гражданином 2016 года в Китае”
Комитет социальной ответственности китайского Институт делового администрирования, Пекинский Rongzhi Корпоративный Институт Социальной Ответственности	“Общественная Модель Прозрачности Премии”

Ключевой Показатель Эффективности

Примечание 1: с 2013 года коэффициент достаточности капитала и коэффициент достаточности основного капитала 1 уровня Банка рассчитаны в соответствии с регулированием капитала коммерческого банка (предварительную) выпущен в июне 2012 года по CBRC.

Примечание 2: данные из офисной бумаги, потребление энергии и воды и служебного автомобиля расход масла из Головного офиса.

Примечание 3: баланс кредиты для малого и микро-предприятий была раскрыта в соответствии с s-64 кредиты на большие, Средние, малые и микро-предприятий за счет разработки индустрии по КРБД с 2014 года.

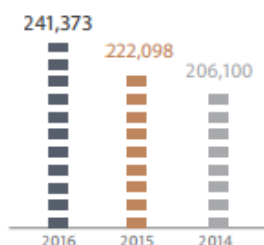
Примечание 4: социального взноса стоимость на акцию = Базовая прибыль на акцию + (Налогового платежа + работнику расходов + процентные расходы + Итого инвестиции на публичных проценты)/совокупный капитал на конец периода.

Примечание 5: Объем общей численности работников, доля женщин, доля работников из числа этнических меньшинств-это целая группа. Этнических меньшинств в таблице относятся к оставшимся 55 юридических этнических групп в дополнение к Хан национальности в Китайской Народной Республике.

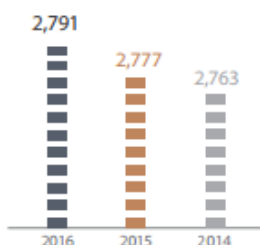
Примечание 6: кредиты в "зеленых" отраслях экономики расценено как экономия энергии и проектов по охране окружающей среды и услугах CBRC.

Economic index	Unit	2016	2015	2014
Total assets	RMB100 million	241,373	222,098	206,100
Total loans and advances to customers	RMB100 million	130,568	119,335	110,263
Customer deposits	RMB100 million	178,253	162,819	155,566
Operating income	RMB100 million	6,417	6,687	6,349
Net profit	RMB100 million	2,791	2,777	2,763
Basic earnings per share	RMB	0.77	0.77	0.78
Dividend in cash	RMB100 million	835	832	910
Total tax payment	RMB100 million	1,433	1,311	1,314
Return on average total assets	%	1.20	1.30	1.40
Return on weighted average equity	%	15.24	17.10	19.96
NPL ratio	%	1.62	1.50	1.13
NPL balance	RMB100 million	2,118	1,795	1,245
Allowance to NPL	%	136.69	156.34	206.90
Capital adequacy ratio	%	14.61	15.22	14.53
Core capital adequacy ratio	%	12.87	12.87	11.92

Total assets (RMB100 million)



Net profit (RMB100 million)



Operating income (RMB100 million)

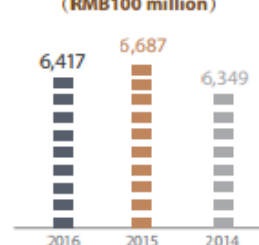
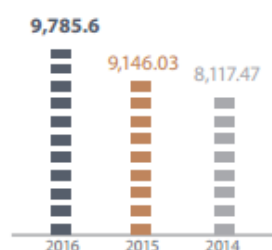


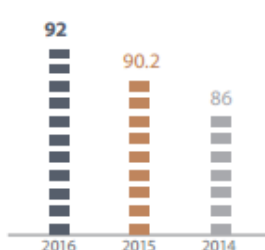
Рисунок 9 – Экономический индекс

Environmental Index	Unit	2016	2015	2014
Loan made to green economy sectors	RMB100 million	9,785.6	9,146.03	8,117.47
Proportion of business volume of E-banking	%	92	90.2	86
Office paper consumption	Million pieces	7.71	8.44	8.81
Office power consumption	Kilowatt/ hour	19,867,300	19,825,712	18,673,936
Office water consumption	Ton	156,324	150,450	157,360
Official vehicle oil consumption	Liter	86,532	94,186	100,169

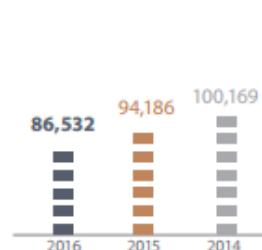
Loan made to green economy sectors (RMB100 million)



Proportion of business volume of E-banking (%)

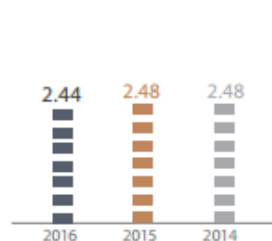


Official vehicle oil consumption (Liter)

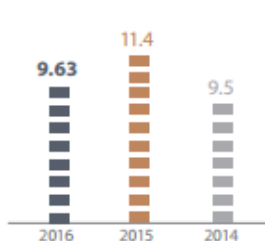


Social Index	Unit	2016	2015	2014
Small and micro enterprise loan balance	RMB100 million	20,340	18,832	17,215
Social contribution per share	RMB1 yuan	2.44	2.48	2.48
Total number of employees	Person	461,749	466,346	462,282
Proportion of female employee	%	51.3	51.1	51.0
Proportion of employees from ethnic groups	%	5.6	5.4	5.2
Average training days per person	Day/person	9.63	11.4	9.5
Charitable donations	RMB10 thousand	6,530	5,575	5,086

Social contribution per share (RMB1 yuan)



Average training days per person (Day/person)



Charitable donations (RMB10 thousand)

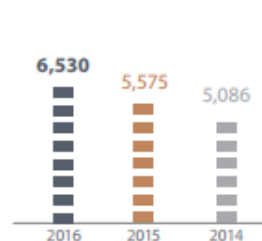


Рисунок 10 – Индекс среды и социальный индекс

Заключение

Кардинальная перестройка социально-экономической системы страны, выбранные методы реформирования, делают особо актуальным теоретическое осмысление проблем, связанных с организацией внутрифирменных трудовых отношений.

Автор акцентирует внимание на том, что есть явная связь между лояльностью сотрудников и их заработной платой, но большинство экспертов сходятся во мнении, что лояльность только что купили: иногда люди переезжают на новое место с более низкой заработной платой. Лояльность состоит из разных факторов и во многом зависит от чувства личного комфорта сотрудника в организации. Вот почему социальные программы, направленные на повышение лояльности, должны работать всесторонне, не завися от системы постепенного повышения заработной платы.

Следует также отметить, что внутрикорпоративные трудовые отношения по существу носят экономический характер и механизм удовлетворения экономических интересов субъектов трудовых отношений. Функции корпоративной социальной политики как общественная организация может включать в себя: воспроизводство социальных связей (социальная политика направлена, прежде всего, на рассмотрение общественности вопросов как внутри компании, так и за ее пределами, поэтому эффективная социальная политика компании позволяет поддерживать стабильность основных социальных систем); Ассоциация социальных систем (реализации корпоративной социальной политики предприятия способствует не только укреплению внутрифирменных трудовых отношений, а также для оптимизации взаимодействия фирм и компаний); регулирование финансовых и общественных отношений (корпоративной социальной политики проявляется как система управленческих отношений, которая направлена на эффективное

взаимодействие предприятия, общества и муниципального образования, создания и сохранения концепции социальных гарантий внутри компании и разрешение общественных вопросов за его пределами); регулирование общественных отношений (процедура стандартизации корпоративной социальной ответственности политика позволяет нам сформулировать принципы государственной деятельности компании).

Изучение основных терминов и закономерностей развития корпоративной социальной политики компании обеспечивает возможность установки как создать норм и ценностей в сфере КСП, каковы основные аспекты социально ответственного предприятия, как эти аспекты формируют корпоративную культуру в компании.

Исследование ключевых подходов к определению корпоративной социальной политики дает возможность оценить его как комплексное понятие взаимосвязанных компонентов, с его внутренних и внешних факторов, влияющих на процесс реализации.

Кроме того, в качестве основных выводов по результатам данного исследования можно сделать следующие выводы:

Методические основы развития КСО подтверждены в исследованиях отечественных экономистов. Рассмотрим некоторые трактовки КСО, который, учитывая российскую специфику, можно трактовать в широком (он включает в этом случае все перечисленные компоненты пирамиды КСО А. Кэролла), и в узком смысле. Статистические данные свидетельствуют о том, что широкое понимание КСО занимает 47 % руководителей. В то же время, 23% российских компаний продолжают придерживаться узкого толкования КСО. Интересны также результаты исследований, проведенных в региональном контексте: например, в большинстве китайских компаний, а именно 50 % предприятий придерживаются широкого, социально-ориентированное понимание КСО, в то время как 25% респондентов придерживаются узкого подхода, указывая на то,

что основное бремя социальных расходов лежит на государстве, задача бизнеса, чтобы реализовать свою экономическую и юридическую ответственность (приносить прибыль и платить налоги), тем самым предоставляя государству возможность для реализации социальной политики.

Следует подчеркнуть, что представители силовых структур, давая определение и направления КСО и что они часто вводятся только широкие социальные обязательства бизнеса.

Представляется необходимым в соответствии с целями и задачами настоящего исследования принять во внимание и согласиться с точкой зрения ряда исследователей, согласно которой данная категория понимается как «действия компании, добровольно берущей на себе дополнительные обязательства социального характера, соответствующие этическим, юридическим, и прочим публично выраженным ожиданиям общества или превосходящие эти ожидания». Несомненно, что трактовку содержания КСО следует тесно увязывать с другими основополагающими категориями корпоративного управления, в частности, с корпоративной стратегией. Этот фундаментальный тезис разделяет большинство исследователей и практиков. Тем не менее, существуют значительные различия с точки зрения основного содержания соответствующих категорий. В резюме наиболее распространенной точке зрения, следует отметить, что КСО трактуется, во-первых, в качестве отправной точки для разработки корпоративной стратегии, а во-вторых, в качестве важного элемента управлению нефинансовыми рисками, в-третьих, в качестве идейной основы системы развития персонала.

Концепция корпоративной социальной политики в России как изолированное явление стали возникать при переходе от системы плановой экономики к системе рыночной конкуренции, в связи с приватизацией предприятий и соответствующую деформацию бизнеса в сфере социальной инфраструктуры.

На основе литературы, выделить несколько этапов изменений в социальной инфраструктуре российских компаний:

Первый этап (начало – середина 90-х). На этом этапе наблюдалось резкое сокращение социальной инфраструктуры. Произошел массовый отказ от социального сектора, от частных предприятий и, как следствие, две трети социальных объектов были государственными.

Второй этап (1998 – 2000). Происходит стабилизация социальной инфраструктуры. Фирмы должны придерживаться долгосрочного планирования, для оценки краткосрочные выгоды от отчуждения социальной сферы, долгосрочные выгоды от ее сохранения. В результате передачи собственности социальной инфраструктуры в руках государства постепенно начали замедляться.

Третий этап (2000-х). На данном этапе идет оптимизация основной деятельности объектов социальной инфраструктуры. Есть осознание того, что социальные объекты могут эксплуатироваться в рамках корпоративной социальной политики. Вопросы социальной ответственности наиболее актуален.

Проведенный анализ деловой активности в сфере КСО показал, что российская практика по данному направлению находится в «замороженном» состоянии, с некоторыми признаками положительной динамики в сфере крупного корпоративного бизнеса. Попробуем разобраться в основных причинах данного положения.

Наша позиция состоит в том, чтобы понять, как решать проблемы, связанные с развитием КСО. Для этого, в первую очередь необходимо определить теоретические и практические противоречия данного процесса. Так, основным теоретическим противоречием в отношении КСО, является то, что между частными интересами бизнеса (получение большей прибыли) и интересами общества (стабильность, успешное развитие для большинства)

всегда есть разногласия, связанные с формами и методами достижения данных целей.

Прежде всего, верная трактовка эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка как комплексного понятия В единстве осуществимости, эффективности и экономической эффективности требуется уточнение содержания этих категорий.

Во-первых, увязка осуществимости интегрированных понятий «эффективность» является чисто социальной проблемой, она кажется односторонней, поскольку главная цель Корпорации в области устойчивого развития, а не социальные проблемы. Последняя задача всех участников трипартизма. Таким образом, целесообразность как аспект эффективности должен сочетаться с устойчивым развитием корпорации в целом.

Во-вторых, в интерпретации результативность как элемент эффективности ЦОН должен ориентироваться на соответствие физических показателей результатов деятельности КСП первоначальной цели (планируемые) параметры в соответствующей сфере воспроизводства чпк (заработная плата, обучение, отдых и т. д.).

В-третьих, экономика как элемент эффективности деятельности КСП должен быть понят как отношение стоимости полученного эффекта от реализации мероприятий СМБ соответствующие фактические финансовые затраты. Таким образом, если характеристика эффективности одним из приоритетов своей естественное выражение, описание эффективность и стоимость.

В свете вышеизложенного, суть автора путь к эффективности КСП заключается в следующем: эффективность КСП единство ее целесообразности, эффективности и действенности печатных плат в соответствие качественные и количественные (объем и стоимость) параметров воспроизводства чпк многогранных потребностей устойчивого развития компании. В формульном

представлении данного подхода в числителе – значения параметров ЧПК, а в знаменателе – параметры устойчивого развития:

- Параметры воспроизводства чпк
- Опции для устойчивого развития корпорации

Практическое применение вышеперечисленных мероприятий предполагает конкретизацию проблема эффективности корпоративной социальной политики на уровень рассмотрения соответствующих факторов. Актуальность исследования этих вопросов обусловлена, во-первых, важностью объективной оценки результатов корпоративной социальной политики; во-вторых, многообразием детерминант, влияющих на конечную результативность КСП; в-третьих, необходимостью поиска и мобилизации дополнительных резервов, а также перераспределения уже существующих. К сожалению, данная проблематика еще не разработана в достаточной степени, и в литературе пока наличествуют лишь отдельные публикации.

Список публикаций студента

Сафрыгин М.Ю., Го Хао, Плучевская Э.В. Определение критериев рынка природных ресурсов, влияющих на благополучение региона// Сборник трудов XVII Всероссийской научно – практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Социально – экономические и правовые проблемы современной России». Томск, 27 –28 апреля 2016. В печати.

Го Х., Хуан Х. Совершенствование деятельности инвестиционных банков в Китае // Экономика России в XXI веке: сборник научных трудов XII Международной научно-практической конференции «Экономические науки и прикладные исследования», г. Томск, 17-21 ноября 2015 г.: в 2 т. Томск: Изд-во ТПУ, 2015. Т. 1. С. 21-26.

Список используемых источников

1. Абрамов Р.Н. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации // Журнал исследований социальной политики. 2015. №3. С. 327–347.
2. Акатнова М. К вопросу о гарантированности права на социальное обеспечение / М. Акатнова // Человек и труд. 2016. № 9. С. 17–19.
3. Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы // Экономист. 2015. № 1. С. 64–81.
4. Белбелян С.С. Стандарт SA8000. Сертификация на соответствие социально-этическим нормам // Сертификация. 1998. № 3. С. 29–30.
5. Белоглазова Г.Н., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка. М.Юрайт, Высшее образование, 2009. 424 с.
6. Белоглазова Г.Н., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка. М.: Юрайт, 2014. 432 с.
7. Блогов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. М.: РАГС. 2015. 268 с.
8. Бурджалов Ф.М. Социальная сфера предприятия: современная российская практика в мировом контексте. М.: ИМЭМО РАН, 2016. С.14–31.
9. Варданын И.С. Исследования системы управления мотивацией персонала // Управление персоналом. М.: ИНФРА-М. 2015. № 15. 58 с.
10. Василенко Л.А., Смольков В.Г. Социальные инвестиции, лидерство, инициатива, конкуренция // Организация и технологии антикризисного управления. М.: РАГС. 2014. 117 с.
11. Ворожейкин И.Е. Управление социальным развитием организации. М.: ИНФРА-М. 2016. С. 45–132.
12. Гонтмахер Е. Социальная ответственность бизнесмена // Стратегии России. 2014. № 3. С. 49–62.

13. Грахем Х.Т., Беннет Р. Управление человеческими ресурсами: Учеб, пос. для вузов/ Пер. с англ. Под ред. Б.Л. Еремина и Т.Ю. Базарова М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2014. 598 с.
14. Григорьев Л. Мировые дисбалансы сбережений и инвестиций// Вопросы экономики. 2011. № 6. С. 4-20.
15. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для вузов Е.Ф. Жуков, Л.М. Максимова, А.В. Печникова и др.; Под ред. проф. Е.Ф. Жукова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. 622 с.
16. Добрых М.О. Социальные психологические аспекты изучения системы внедрения наставничества предприятия // Известия государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2015. No 37. С. 62–65.
17. Зарубежный опыт обучения персонала и его применение на предприятиях [Электронный ресурс] // Полный комплекс офисных услуг URL: http://www.refi.su/help_66.html (дата обращения: 05.11.16 г.).
18. Захаров И.Л. Воровство и льготы в структуре трудового поведения // М.: Социс. 2015. No 6. С. 14–56.
19. Здоровенин В.В. Хедж-фонды. Инвестиционная деятельность и оценка ее эффективности. М.: ГУ ВШЭ, 2015. 140 с.
20. Зубченко Л.А. Иностранные инвестиции и экономический рост России// Экономические и социальные проблемы России. 2009. № 1. С. 136-154.
21. Институт наставничества [Электронный ресурс] // Алгоритм решения стратегических задач в области управления персоналом Algorplus. URL: <http://www.algocons.ru/category>. (дата обращения: 11.10.2016 г.).
22. Исаев М.Н. Скандинавская модель взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества // Бизнес и политика. 2015. No 2. С.15–24.
23. Климова С.А. Становление трудовых отношений в постсоветской России / Под ред. Дж. Де Барделебен, С. Климова, В. Ядова. М.:

Академический Проект. 2014. С. 45–116.

24. Козина И.П. Особенности «социально-ответственного бизнеса» российских предприятий // Журнал исследований социальной политики, том.3. № 3. 2015. С. 80–94.

25. Кор грится, Корпоративное Гражданство: как укрепить социальную ответственность менеджеров// журнал деловой этики, Объем. 53 //корп этических институтов для бизнеса: Шестнадцатой ежегодной конференции Европейской сети бизнес-этики (ЭБЕН). 2014. С. 97–106.

26. Королев А. Взаимодополняемые инвестиционные проекты: оценка синергетического эффекта// Проблемы теории и практики управления. 2011. № 10. С. 90–97.

27. Корпоративные финансы: учеб. для вузов / под ред. М. В. Романовского, А. И. Вострокнутовой. СПб: Питер, 2011. 592 с.

28. Корпоративный отчет социальная ответственность Альфа-банк 2016 [Электронный ресурс]/ Официальный сайт Альфа-Банка URL: <https://alfabank.ru/> (дата обращения: 10.10.2016 г).

29. Костин А. Корпоративная социальная ответственность: мировой опыт и концепция для России // Стратегии России. 2014. № 2. С. 63–69.

30. Кошелев Р.Е. Роль системы стимулирования персонала в социальной политике предприятия и управлении человеческими ресурсами // Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 8. 2016. С.73–88.

31. Краснов С.А. Особенности международного движения капитала: прямые Иностранные инвестиции/ Труд и соц. Отношения. 2010. № 9. С. 133–141.

32. Курбатова М.В., Левин С.И. Социальная ответственность российского бизнеса // ЭКО. 2015. № 4. С. 59–71.

33. Кушлин В. Институциональная среда инновационной

модернизации// Экономист. 2011. № 11. С. 65-74.

34. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы, 2011. 320 с.

35. Литвак Б.Г. Великие управленцы. Практические занятия по управлению. Мастер класс М.: ЗАО «Изд-во «Экономика». 2015. 517 с.

36. Литовченко С.Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. / Под. ред. Корсакова М.И., Литовченко С. Е. М.: Ассоциация менеджеров. 2015. 86 с.

37. Нецадин А., Горин Н., Тульчинский Г. [и др.] Социальная политика российских компаний. М.: Теис. 2015. 129 с.

38. Нецадин А.А., Кашин В.К., Тульчинский Г.Л. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики // Человек и труд. 2013. No 5. С. 21–345.

39. Новый англо-русский банковский и экономический словарь. СПб: Лимбус Пресс, 2000. С.96-98
Freidman M. Quality of Work Life: Implications of Career Dimensions // Journal of Social Sciences. 2016. P. 25–67.

40. Перегудов С.П., Семенов И.С. «Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и реалии». М.: Прогресс-Традиция. 2016. 226 с.

41. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2015. 428 с.

42. Рамазанов А.Р. Концепция корпоративной социальной политики // Проблемы теории и практики управления. 2016. No 12. С. 38–46.

43. Ризельян Е.П., Пунегов Ю.А. Методы и инструменты привлечения инвестиций / Молодёжь и наука. Красноярск : Сибирский федерал. ун-т, 2011 С.36-40.

44. Рубахина Р.К. О социальной роли бизнеса // Общество и экономика. 2014. No 11–12. С. 44–52.

45. Стрижов С.А. Формирование и развитие системы корпоративной социальной политики в современной экономике России: Автореф. дис. д-ра эконом. наук. М.: ВЕСТА. 2016. 55 с.
46. Сулемов В.А. Государственная кадровая политика в современной России: теория, история, новые реалии. М.: РАГС. 2015. 158 с.
47. Тулчинов А.И. Профессионализация и кадровая политика: проблемы развития теории и практики. М.: Московский психолого-социальный институт, изд-во «Флинта». 2015. 289 с.
48. Тульчинский Г.Л., Векслер А.Ф.,. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. М.: СПЭРО. 2016. 152 с.
49. Тульчинский Г.Л. Бизнес в России. Проблема социального признания и уважения. М.: Вершина, 2016. 284 с.
50. Тульчинский Г.Л. Бизнес и социальные инвестиции / Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. 2014. С. 291–313.
51. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, коммуникации и партнерство). СПб.: Справочники Петербурга. 2015. 124 с.
52. Тульчинский Г.Л. Оценка эффективности социального партнерства / Социально-экономические аспекты управления регионами в посткризисной ситуации. Курган: ЛФ АТиСО, 2014. С. 192–208.
53. Туркин С, Симпсон С,. Социальное изменение в бизнесе. Как сделать корпоративное гражданство выгодным для бизнеса и общества. М.: СПЭРО. 2015. 166 с.
54. Туркин С.В. Инвестировать в социальное партнерство // Сообщение. 2015. No 11–12. С. 36–58.
55. Финансовый отчет Альфа-банк 2016 [Электронный ресурс]./ Официальный сайт Банка URL: <http://www.banki.ru> (дата обращения:

10.10.2016 г).

56. Фридман М., Фридман Р. Свобода выбирать: Наша позиция / Пер. с англ. М.: Новое издательство. 2016. С. 228–284.

57. Чирикова А.Е. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция. М.: Независимый институт социальной политики. 2015. 118 с.

58. Чубарова Т.В. Распределение социальной ответственности в обществе: социальная политика государства и функции предприятия // Куда идет Россия? М.: ВЕСТА. 2016. С. 424–436.

59. Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления // Бизнес в современном обществе. М.: СПЭРО. No 2. 2015. С.17–27.

60. Шмелев В.В., Хмыз О.В. Глобализация мировых валютно-финансовых рынков. Монография. М: Проспект, 2015. 200 с.

61. Шохина А.Н. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор / Под общей ред. А. Н. Шохина. М.: РСПП. 2015. 149 с.

62. Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. М.: Перо. 2015. 224 с.

63. Яконтова. Е.С. Эффективные технологии управления персоналом. СПб.: Питер. 2016. 272 с.

Приложение А
(справочное)

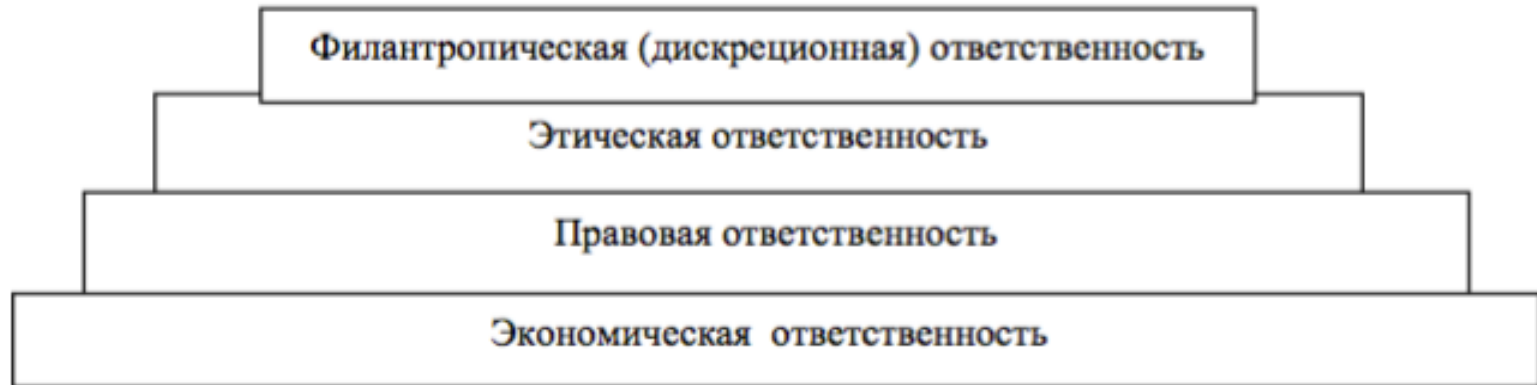


Рисунок 1 – Многоуровневая пирамида ответственности бизнеса перед обществом



Рисунок 2 – Модель Митчелла



Рисунок 3 – Основные стратегии и направления корпоративной социальной политики



Рисунок 4 – Взаимосвязи структуры методического обеспечения КСП с управленческими факторами эффективности КСП и основными звеньями алгоритма работы с социальной информацией

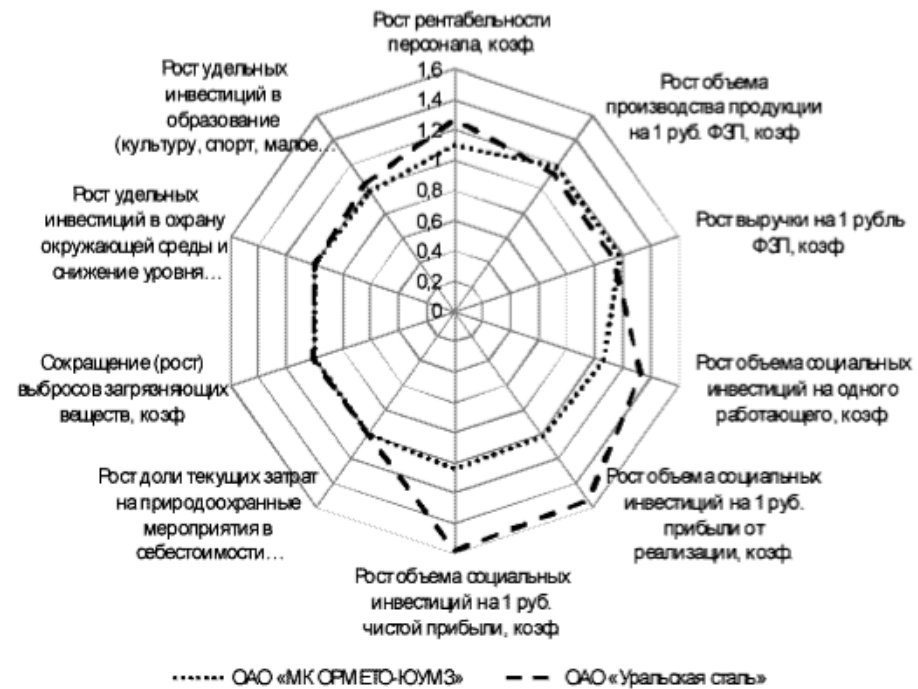


Рисунок 5 – Использование методики «Радар социальной ответственности»

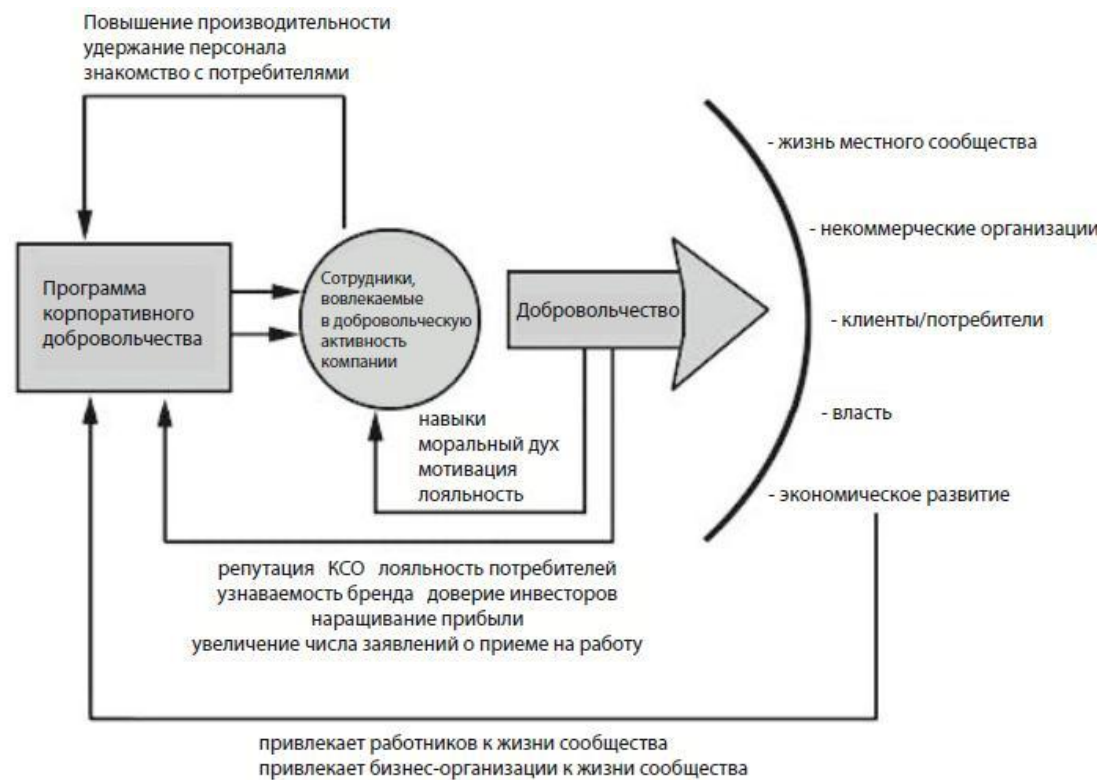


Рисунок 6 – Выгоды волонтерства для коммерческого банка China Everbright Bank, сотрудников и получателей ПОМОЩИ



Рисунок 7 – Факторы формирования эффективной корпоративной социальной политики



Рисунок 8 – Основные факторы эффективности КСП в аспекте внешне-экономической деятельности банка

Приложение Б (справочное)

Таблица 1 – Концепции социальной ответственности российских компаний

Название концепции	Расшифровка
1. Теория корпоративного эгоизма	Главная цель компании состоит в максимизации прибыли и дивидендов акционеров. Бизнес несет ответственность перед обществом в качестве корпоративной социальной ответственности и политики на законодательном уровне не закреплено, и главной целью фирмы считается увеличение только финансовая составляющая.
2. Теории корпоративного альтруизма	Данная теория впервые упоминается в Соединенных Штатах Комитет по развитию. Основная идея этой теории представляется, что бизнес несет ответственность перед обществом, и, следовательно, фирмы должны участвовать в повышении качества жизни своих сотрудников и населения в регионе.
3. Теория разумного эгоизма	Предприятия, инвестирующие финансирует социальные программы, таким образом, увеличить рост прибыли в будущем в качестве эффективной корпоративной социальной политики повышает имидж фирмы. В этом контексте мы можем говорить о положительной репутацией, что привлекает их внимание в рамках социальных программ.

	Положительная Репутация компании также играет свою роль в привлечении высококвалифицированных сотрудников, формируя долгосрочные и надежные отношения с партнерами, потенциальными и реальными клиентами, государством.
--	---

Таблица 2 Основные характеристики действующих моделей КСО

Модель	Принципы	Роль государства	Социальные программы компании	Государственные льготы
Американская модель	абсолютное право; разносторонние методы информационного сопровождения мероприятий; отношения в сфере труда и социальной политики основываются на индивидуализме.	Минимальное вторжение государства, большая самостоятельность корпораций	программы развития персонала; деятельность по охране здоровья защита окружающей среды; участие в развитии местного сообщества; этика поведения при взаимодействии со стекхолдерами	Налоговые льготы для компаний закреплены на законодательном уровне.
Европейская модель	склонны к ограничению своей ответственности перед стейкхолдерами; скрытая	Полный государственный	полная занятость и предупреждении безработицы; равенство	Не имеют

	форма; регулируются нормами, стандартами и законами государства; высокие налоги.	контроль	между социальными группами; социальные гарантии;	
Японская модель	ориентирование на внутреннюю среду предприятия; тесное взаимодействие органов власти с персоналом; трансформация человеческого потенциала в фактор инновационного развития	Активная роль государства в корпоративном стратегическом планировании	Осуществление социально ориентированных и средо-охранных программ	Не имеют
Китайская модель	развитие рынка консалтинговых услуг; интерес со стороны финансового сектора; повышенное внимание СМИ; добровольность	Активная поддержка бизнеса со стороны государства.	экономика; занятость; охрана окружающей среды.	Предоставление налоговых льгот

Таблица 3– Отличия в моделях корпоративной социальной ответственности

Отличия	Американская модель	Европейская модель	Китайская модель	Японская модель
Направленность корпоративной социальной ответственности	Ориентация на общество стороны предприятия	Ориентация на государственное регулирование и государственную поддержку в реализации социальных проектов	Ориентация на взаимодействие государства и общества, отношения носят партнерский характер	Ориентация на внутреннюю среду предприятия
Форма корпоративной социальной ответственности	Открытая	Скрытая	Сочетание открытой и скрытой формы	Открытая
Характер реализации программ корпоративной социальной ответственности	Добровольный	Принудительный	Добровольный	Добровольный
Ответственность за реализацию социальных программ, с точки	Компания несет ответственность перед акционерами и	Ответственность перед государством	Компания несет ответственность перед акционерами, персоналом, местным	Компания несет ответственность перед персоналом

зрения заинтересованных сторон	обществом		сообществом,	
--------------------------------------	-----------	--	--------------	--

Таблица 4 – Доля компаний, реализующих социальные программы по отраслям экономики Китая з

Отрасли китайской экономики	Доля компаний, реализующих социальные программы (в %)
Финансы	15.20
Машиностроение	13.90
Пищевая промышленность	12.60
Топливный комплекс	10.10
Цветная металлургия	7.00
Торговля	5.70
Профессиональные услуги	5.10
Телекоммуникации	5.10
Химическая промышленность	5.10
Транспорт	3.80
Лесная и лесоперерабатывающая промышленность	3.20

Строительство	3.20
Черная металлургия	2.60
Сельское хозяйство	1.30
Сервис	1.30
Электроэнергетика	1.30

Таблица 5 – Доля компаний, официально публикующих отчетные документы по корпоративной социальной ответственности в Китайских компаниях за 2005-2015 гг.

Отрасль китайской экономики	Доля компаний, официально публикующих отчетные документы по КСО (%%)
Финансы	19,23
Электроэнергетика	16,15
Металлургическая и горнодобывающая	13,46
Нефтегазовая	11,15
Химическая и парфюмерная	6,92
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	6,15
Телекоммуникационная	5,77
Сельское хозяйство	4,62
Некоммерческие организации	4,62

Жилищно-коммунальное хозяйство	3,85
Транспорт	3,85
Образование и здравоохранение	3,46
Строительство	0,38
Прочие отрасли экономики	0,38

Таблица 6 – Авторский подход к определению критериев эффективности внутрифирменных трудовых отношений и эффективности корпоративной социальной политики во внутренней среде

Показатели	Пояснения
Критерии эффективности внутрифирменных трудовых отношений	
Коэффициент опережения	$K_o = \text{Трзп} / \text{Трпт}$, где Трзп – темп роста заработной платы; Трпт – темп роста производительности труда за сравниваемый период.
Коэффициент численности административно-управленческого персонала	$K_{ауп} = \text{Чауп} / \text{Чо}$, где Чауп – численность АУП, чел; Чо – общая численность работников, чел.

Показатели	Пояснения
Критерии эффективности внутрифирменных трудовых отношений	
Коэффициент трудовой дисциплины, величина внутрисменных и целодневных потерь рабочего времени, допущенных по вине работников	$K_{тд} = (1 - (\sum \text{т.д.} / \text{Тсм} * n)) * (1 - (\sum \text{т.н.} / \text{Тсм} * n))$ <p>где $\sum \text{т.н.}$ Итого внутрисменных потерь рабочего времени, вызванных нарушением трудовой дисциплины (начало работы с опозданием, ранний уход с работы, посторонние разговоры в течение смены, отлучки с рабочего места без уважительных причин), час.;</p> <p>Т см – Продолжительность рабочей смены, час; N – число работников, охваченных наблюдением, чел.; $\sum \text{т.д.}$ общий день потери рабочего времени, вызванные нарушением</p>

Приложение В

Introduction, the main stages of formation of corporate social policy part: prodrome, 1.3, conclusion,

Студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ41	Го Хао		

Консультант кафедры экономики (руководитель ВКР):

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент кафедры экономики	Плучевская Эмилия Валерьевна	канд. экон. наук, доцент		

Консультант – лингвист кафедры иностранных языков ИСГТ:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Богоряд Наталия Владимировна			

Introduction

In the modern business world increasingly becomes aware that the success and prosperity of the company depends directly on the current image of the consumer about the company and loyalty of its employees. Subject to increasing competition a significant place in the activities of organizations began to take the phenomenon of "human" or social factor. Consumers nicer to use the services or purchase goods from enterprises who are engaged in charity, so they, without much effort indirectly participate in improving social well-being of society.

According to various reports poll, more than half of consumers prefer a socially active company, with more than half of executives believe social engagement is an important aspect of the company.

Corporate social policy assumes as external impacts on society and internal staff. The inner direction of the company social policy occupies an important place in his activities, as a result of effective management of this policy we get dedicated employees who are loyal to their company, as well as a friendly, cohesive team. The external corporate social policy has an indirect influence on the demand for this organization, and internal – to provide services, produce goods.

In the process of studying the literature in this area, it was noted that this topic is tightly overlap the terms "social responsibility" and "social policy". But having carefully considered this question, it can be argued that these notions bear different meaning. Social policy – a concept which includes methodology and theory, and social responsibility – practical concept that involves specific actions for the business.

Large enterprises have already realized the importance of social activity, and constantly try to make a lot of actions to maintain the status of "socially responsible enterprise". To do this, including creating a special unit structure, which is designed for conducting public activities. More and more companies publish their annual social activity on its official website on the Internet resources. Western companies have long realized the importance of this area, and argue that well-designed and most

effective corporate social policy has a positive impact on creating positive customer relationships, and also gives economic benefits.

In connection with the above we can state the theoretical and practical relevance in the formation of the scientific development strategy of corporate social responsibility at all levels of economic management, system of management of organizations and public administration.

The degree of scientific elaboration of the problem. The extent of the problem. A fundamental contribution to the establishment and development of the theory of CSR was made by foreign scientists. Among them are: Becker, G., Bowen, R., Blomstrom, Babbage C., Windsor D., van Marrewijk M., Davis K., Carroll, A., Preston L., Post, D., Saint-Simon K. A., R. Steuer Systematic study of the concept of CSR was conducted by Ackerman, R., van Marrewijk M., Windsor D., wood, D., Carroll, A., Clarkson, M., Leavitt, T., Logsdon D., Swanson, D., Friedman M., etc.

However, despite the fact that problems of implementation in the Russian business and scientific environment has received some attention, remains a layer of problems, both theoretical and applied nature. Finally installed theoretical tenets of CSR and their peculiarities at the present stage, is not defined the institutional framework for the development of CSR as a development Institute of the economy and enterprises, poorly investigated the specificity of CSR of banking organizations.

The need for understanding and resolution of these problems has led to scientific and practical relevance of the study determined the choice of its objectives.

The subject and the object of study.

Object – the impact of the strategy of corporate social policy on the activities of Chinese commercial banks in modern conditions.

The subject of corporate social policy as a factor of increase of system effectiveness of intra-firm labor relations in the studied enterprise.

The purpose of this study was the impact of the strategy of corporate social policy on the activities of Chinese commercial banks in modern conditions.

The goal of the thesis has identified the need to solve the following tasks:

1. To systematize and analyze the structure of the corporate social policy, functional entities and institutional position.

2. To identify the features of corporate social policy.

3. To assess the impact of the strategy of corporate social policy on the activities of Chinese commercial banks in modern conditions.

4. To develop a strategy of corporate social policy to commercial banks with the aim of improving efficiency in their activities.

Methodological, theoretical and empirical base of the research. In formulating the research concept used the idea of domestic and foreign scientists in the field of economic sociology, sociology of enterprise, sociology of labour. The methodological implications of the dissertation research is a systematic approach to the analysis of corporate social policy, where the latter is understood as one of the most important conditions for social development of modern China. A study of the development of corporate social policy may lead to the use of structural-functional and institutional approaches. The empirical base of the research conducted with the participation of the author, made the survey of employees and managers at the study company to identify the level of employee satisfaction, the quality of working life in the enterprise.

Corporate social policy influences the effectiveness of corporate labour relations at the enterprise.

Scientific novelty consists in development of model of corporate social policy as an instrument to increase efficiency of intra-firm labor relations, and defining criteria of this efficiency.

Theoretical and practical significance of the work is determined by what developed in this position will be able to expand the Theoretical basis of the study of corporate social policy as a social phenomenon in intra-firm labor relations. Conclusions and practical recommendations of the thesis research can be used in the formation of corporate social policy for making management decisions on creation of system of socially responsible behavior of companies.

The structure and volume of work. The work consists of introduction, three chapters, conclusion, bibliography and applications. The main text of the work consists of 104 pages.

The main stages of formation of corporate social policy

With regard to the dominant values of the analytical methods of formation of corporate social policy, it is possible to examine the most common common signs and stages. As a rule, in this case we are talking about the stages of collecting and analyzing information, developing a system of assessment of results of introduction of corporate social policy and the corporate social policy.

As the study of literature, collection of social information actually identified by most researchers with the participation of well-known sociological methods. For example, the authors of the Internet resource "leclair library lecture material," noted that "the collection of social information occurs, as a rule, the following basic methods: questioning, observation, study of documents and the social experiment". At the same time, the authors of the Internet resource "encyclopedia of an economist" in the article "methods of collecting sociological information" gives more detailed classification:

- analysis of documents;
- sociological surveys;
- survey (interviews, expert interviews);
- social experiment;
- some social psychological methods (group tests).

To close the position, so Ryterman distribution methods of observation, documentary sources, content analysis and questionnaires. As an assessment of social information is a logical continuation of its analysis, the appropriate methodology will be considered within the same classification group .

Based on the above positions can be concluded about the prevalence approach identifies a set of social and sociological information. Since the theoretical nuances of this problem are outside of the selected object and the subject of the dissertation research, it is possible to take the above approach and use these categories as identical.

Methodology for the collection of documentary social information is the following basic algorithm, which requires:

- removing contained in the information document on the social processes in the organization;
- to identify the most important and relevant to subsequent aspects of the analysis of the review;
- check the correctness of the chosen social networks.

The second Type of methods of gathering social information on the basis of sociological monitoring, i.e. the collection of primary data through direct social perception and description of events that are significant in the context of KSP. Criterion a symptom of this methodology is a direct commit event expert observer participants, witnesses, and social processes. By setting the degree of participation of the observer in the research process, we can distinguish the following varieties of this method:

- the method of simple observation and not by direct contact of a specialist Registrar with direct and indirect participants observed events (for example, monitoring workflows, "photo of the day");
- the method of participant observation based on the integration of the observer was in process, the relationship between the team and provides internal monitoring of the event or process (for example, participation in leisure activities staff);
- the intermediate method of synthesizing simple and participant observation, when there is limited contact of the observer with the members of the group;
- method of introspection, with registration by an expert observer of their actions and attitudes. This technology is most often used to study social processes in non-standard or new conditions .

The third Type of methods of gathering social information involves the use of technology survey, which involves either direct contact (in the case of interviews) or indirect communication (survey) researchers and respondents. An example of the first can serve as interview workers to determine their satisfaction corporate social policy, and the second a survey of employees to determine their relationship to the remuneration system. The aim of this methodology is the determination of individual, group, or public opinion. Research methodology complements the method of

observation in cases where social phenomena and processes difficult to use for direct capture .

Limitations of methods of a survey is determined by the fact that any polls reflect the subjective position of the respondents. In this regard, data obtained by surveys should be supplemented with objective information obtained using other methods (e.g., documentary).

As noted above, various methods of examination are set by the nature of the contact of the researcher with the Respondent. The method of interviewing is based on direct contact, and the research Methodology involves indirect communication. A special situation due to the high competence of the respondents in the field study-expert interviews in which the possible forms of both direct and indirect contact.

The fourth Type of methods of gathering social information related to conducting social experiments, which involves monitoring of social phenomena and processes in terms of controlled change. In other words, the social experiment involves changes in the course of social processes, and monitoring the impact of these changes on the livelihoods of individuals and social groups. A variation of this type of methods of gathering social information is a stimulating observation in which the observer creates some experimental apparatus to detect abnormal conditions.

Last, the fifth Type of social knowledge are methods of socio-psychological nature. The importance of these methods is determined by the fact that in addition to the information obtained on the personal micro level, for the purposes of KSP need integral information about individuals, their attitudes, thought patterns, etc – as main characteristics of human potential of the Corporation as a whole

In this group of methods, a significant role belongs to the test as a short test to determine level of development or degree of articulation of certain social and mental properties, relations, groups (collectives) .

In modern conditions a proliferation of so-called sociometric tests aimed at "quantitative measurement and analysis of the structure of interpersonal relations in small social groups by fixing among members of the group relations, preferences in

situations of choice. The main purpose of the test sociometric diagnosis of emotional relations, i.e. mutual sympathies and antipathies between group members".

Having concluded its consideration of methods of gathering social information, it is logical to proceed to the second component block of the development of corporate social policy, presents methods of analysis and evaluation of social information.

The results of processing these data are calculated the ratings of social responsibility, including the following indicators: tax burden per person per year; average monthly wage (per one full-time employee); the ratio of increase in real wages, the subsistence level in the region; the share of investment in manufacturing company no.

Methods of evaluation of KSP with the use of "real options" is based on the following assumption: social policy is seen as a growth option (option). This parameter relates to the per-hour opportunity to take some action as to the investment in the social sector, it is proposed to take into account synergetic effects arising from the implementation of the principles of social responsibility into the overall development strategy of the company. Options in this case are the so-called "real options": in relation to the social responsibility policy of the asset can be Gud-vill (assets beyond the material dimension), the value of the brand and the loyalty of key groups of stakeholders, which is impossible to assess the market and the inventory and "put" to the company's balance sheet. In this case, to assess the investment in social responsibility can be applied for rich mathematical apparatus for the evaluation of real options, while the classical method DCF method of valuation assumes that the value of the investment equal to the present value of future cash flows with known restrictions .

sometimes is subjective), and secondly, can not be considered flawless, a list of selected indicators. In addition, methodological tools for the calculation of the latter, as well as a mechanism for assessing the effectiveness of interventions in the field of printed circuit boards in the study were not presented.

A method of constructing a "radar of social responsibility" by D. M. Klepikov, V. L. Pasechnikova supplements method I. V. Dolgorukov, offsetting some of its limitations. In this procedure, are of great theoretical and practical importance for two reasons: first, the authors point to the methodological development of the problem on the whole (synthesis) of indicators of the basic parameters of activity of the company, and secondly using graphical method for the interpretation and comparison of their values.

The authors of the methodology presents the methods of calculation of indices of social investments, among which: the index of specific social investment (IR); the share of social investments of Russian companies surveyed in the total volume of sales (it); the share of social investment in total net profit (before tax) (IP), etc. Methods of calculation of indicators of quality of working life includes such factors as: income; cost of living; household consumption; demographic parameters. Be aware that in Russian conditions the main indicators of quality of life of the population of individual territories may also be subject to state and local laws.

Assessment methods objective and subjective indicators of efficiency of social policy is revealed in the works of I. V. Dolgorukov. The first group of indicators includes:

- 1) participation of the enterprise in solving social problems;
- 2) social guarantees to employees;
- 3) the effectiveness of personnel management;
- 4) the corporate culture of the enterprise;
- 5) social Reputation of the enterprise.

Subjective indicators I. V. Dolgorukov called:

- 1) satisfaction with the implementation of KSP on the part of employees;
- 2) Evaluation of the Union's work.
- 3) satisfaction with social insurance at the enterprise;
- 4) to evaluate the potential of vouchers to sanatoriums and rest homes;
- 5) evaluate the potential of employees for training at the facility, opportunities for career growth;

6) satisfaction with the climate in the team, the enterprise management system;

7) evaluation of activities of social enterprises in the media."

It seems that the method has serious limitations from the point of view of its use. First, in practice it is often difficult to clearly distinguish between objective and subjective indicators (e.g. social Reputation the Technique of "Matrix of effective social investment and partnership (ASAP)", developed in 2012 in the framework of the project "program of effective social investment and partnership (ESIP)", was an important milestone in the development of the methodological support of the evaluation of the effectiveness of the PCB. In addition, we have developed analytical tools such as the concept of "100+1 principle ASAP" and "Rating as soon as possible" . The calculations use a three-tier system of evaluation; the result is the identification of targets and, if necessary, development and implementation of measures aimed at solving the most important problems of social development. It is important that technology serves as a tool for comprehensive assessment and comparison of investment in social development and to the expansion of cooperation between labor and capital based on the method of scoring (scale) in different areas of the PCB: external and internal.

Main groups of indicators of efficiency of social policy, according to the authors of the methodology are:

- a) the indicator "care";
- b) an indicator of "good faith";
- c) place in the rating "property rights";
- d)the measure of "success".

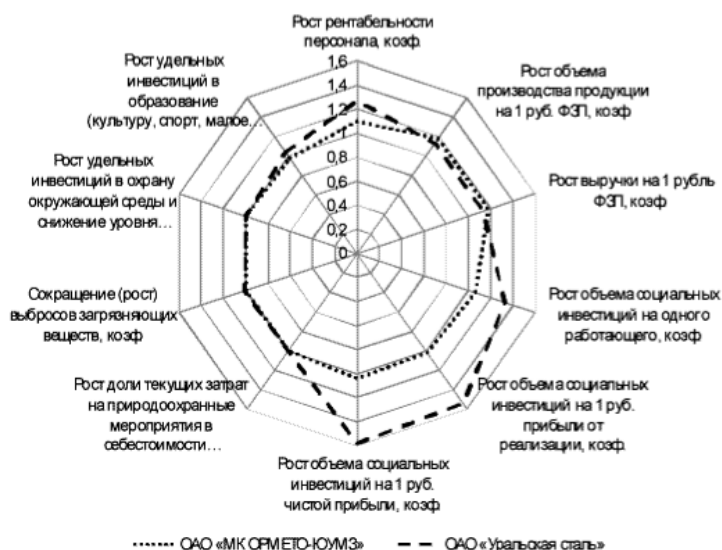


Figure 5. The use of this technique "Radar of social responsibility"

In the development of the expressed provisions of the same group has developed the "information map", which is a refined system of indicators of assessment of effectiveness of CEC (figure 5).

Summarizing the principles underlying the technique and formation of social policy it is worth noting that it focuses on the analysis of key socio-economic indicators of the Corporation and based on the use of wide arrays of structured social information obtained from different sources.

On the activities of the company over time increasingly begin to influence the processes of globalization when the international samples of business have become crucial in the realization of those or other priorities of domestic social policy.

After analyzing the corporate policy of Russian companies, it is possible to summarize the main trends:

- training of personnel, development of its professional activities;
- formation of corporate culture;
- maintaining the health of employees and members of their families;
- development and involvement of young people, including projects in the field of education;
- sport events;
- financial assistance to employees and veterans in the region;
- organization of children's events .

Based on these areas, it is clear that companies in the field of corporate social policy, focused on the development and reproduction of the workforce, staff development and support the development of corporate culture. For the purposes companies use different methods and ways of their solution.

External and internal environment corporate policy in the field of interaction and relationships within the company, partners, and companies – all interested in the activities of the company parties in the implementation of social programs aimed at achieving benefits for the company and society.

It is necessary to delineate the concept of social responsibility and social policy.

Realization of social policy of the enterprise is carried out on a voluntary basis. At the same time, the company declares itself as a socially responsible, receive a number of benefits: improved image characteristics, improving the performance of employees, which indirectly improves financial performance .

Corporate social responsibility of the organization affects the interests of the company, customers, shareholders, business partners, and employees, on the one hand, and government and municipal authorities, public organizations, the people of the city.

The concept of social responsibility, we recognize certain obligations of the company the benefit of the public, directing the profits from their economic activities on the solution of problems in the social environment.

Social responsibility around the circumference of his influence can be divided into two areas:

1. At the macro level, social responsibility involves the participation of enterprises in the implementation of social programs in the community. These programs include charity, environmental Protection, social security.

2. At the macro level of social responsibility assumes that the firm is involved in the implementation of social programs aimed at employees of the enterprise.

Corporate social responsibility of Russian companies applies to all areas of social policy and covers the following activities:

- ensuring workers ' health and safety;
 - application of system of motivation of employees, investing in human capital, training of workers;
 - creation of new jobs;
 - building of trusting relationships with customers and partners;
 - compliance with the quality standard of the products;
 - protection of the environment;
 - participation and support of social, cultural and sports programs.
- There are three main concepts of corporate social responsibility of Russian companies for reasons of social policy, which are described in table 1.

Table 1 – the concept of social responsibility of Russian companies (compiled by author)

The name of the concept	Transcript
1. The theory of corporate egoism	The main goal of the company is to maximize profits and shareholders ' dividends. Business bears responsibility to society as corporate social responsibility and policy at the legislative level is not fixed, and the main goal of the company is considered to increase only the financial aspect.
2. The theory of corporate altruism	This theory was first mentioned in the United States the development Committee. The basic idea of this theory, it appears that business is responsible to society, and therefore, firms should be involved in improving the quality of life of its employees and population in the

	region.
3. The theory of rational egoism	<p>Companies that invest finances social programs, thus, increase your profit in the future as an effective corporate social policy enhances the firm's image. In this context, we can talk about the positive reputation that attracts their attention in the framework of social programs. The positive reputation of the company also plays a role in attracting highly skilled employees, forming long-term and reliable relationships with partners, prospects and customers, government.</p>

Social responsibility is a philosophy of conduct and a concept of society, companies and individual business units, which focus on the following areas:

- to provide quality services and products to consumers;
- formation of vacancies, the attachment of the material component in the development of human capital;
- maintaining and neoclone from tax, labor and environmental laws;
- to maintain honest relationships with all stakeholders;
- optimal management of the company aimed at increasing economic benefits and welfare of the owners;
- taking into account public opinion in the farms;
- development of corporate citizenship in the company by maintaining society in the region of presence of the enterprise.

Conclusion

Radical changes in the socio-economic system of the country, selected methods of reform, underscore the theoretical understanding of issues related to the organization of intra-firm labor relations.

The author focuses on the fact that there is a clear relationship between loyalty of employees and their wages, but most experts agree that loyalty just bought: sometimes people move to a new location with lower wages. Loyalty consists of different factors and is largely dependent on the sense of personal comfort of the employee in the organization. That is why social programs aimed at increasing loyalty, must work comprehensively, not hinging on a system of gradual increase in wages.

It should also be noted that intra-company labour relations are essentially economic in nature and the mechanism of meeting the economic interests of subjects of labor relations.

Functions of the corporate social policy as a public institution may include: the reproduction of social relations (social policy directed primarily to the public of the issues both inside the company and beyond its limits, so the effective social policy of the company allows to maintain the stability of the major social systems); the Association of social systems (implementation of corporate social policy of the enterprise not only promotes the strengthening of intra-firm labor relations and to optimize the interaction of firms and companies); the regulation of the financial and public relations (corporate social policy is manifested as the system of administrative relations, which is aimed at effective interaction of businesses, society and municipalities, create and save the concept of social safeguards within the company and resolution of public issues beyond); the regulation of public relations (procedure standardization corporate social responsibility policy enables us to formulate principles of state activity of the company).

Study of basic terms and laws of development of corporate social policy the company provides the ability to set how to create norms and values of the KSP, what

are the main aspects of socially responsible enterprises, as these aspects shape the corporate culture in the company.

The study of the key approaches to the definition of corporate social policy gives the opportunity to evaluate it as a complex concept of interrelated components, with its internal and external factors affect the implementation process.

In addition, the main findings of this study we can draw the following conclusions:

Methodological framework for the development of CSR is confirmed in researches of domestic economists. Let us consider some interpretations of CSR, which, considering the Russian specificity, can be interpreted in a broad (it includes in this case all these components of the CSR pyramid Carroll, A.), and in a narrow sense. Statistical evidence suggests that the broad understanding of CSR holds 47 % of managers. At the same time, 23% of Russian companies continue to adhere to the narrow interpretation of CSR. Interesting are also the results of studies conducted in a regional context: for example, in most Chinese companies, namely 50 % of the enterprises adhere to broad, socially-oriented understanding of CSR, while 25% of respondents hold a narrow approach, pointing out that the main burden of social spending lies with the state, the task of business to realize their economic and legal responsibilities (to make a profit and pay taxes), thereby giving the state an opportunity to implement social policy.

It should be emphasized that representatives of power structures by giving a definition and direction of CSR and that they are often imposed only a wide social business engagement.

It seems necessary, in accordance with the goals and objectives of the present study to take into consideration and agree with the point of view of some researchers, according to which this category is understood as "the action of voluntarily taking on himself additional obligations of a social nature, the corresponding ethical, legal, and other publicly expressed expectations or exceed those expectations." There is no doubt that the interpretation of the content of CSR should be closely linked to other fundamental categories of corporate governance, in particular with the corporate

strategy. This fundamental thesis is shared by most researchers and practitioners. However, there are significant differences, in terms of the substantive content of the relevant categories. In summary the most common point of view, it should be noted that CSR is interpreted, first, as a starting point for the development of corporate strategy, and secondly, as an important element of managing non-financial risks, thirdly, as the ideological foundations of the system of personnel development.

The concept of corporate social policy in Russia as an isolated phenomenon began to emerge in the transition from the system of planned economy to system of market competition, in connection with the privatization of enterprises and the corresponding deformation of the business in the field of social infrastructure.

Based on the literature, to distinguish several phases of change in the social infrastructure of Russian companies:

The first phase (early – mid 90s). At this stage, saw a sharp decline in social infrastructure. There was a mass rejection of the social sector, private enterprises and, as a consequence, two-thirds of the social facilities was the state.

The second stage (1998 – 2000). There is a stabilization of social infrastructure. Firms must adhere to long-term planning, to assess short-term gains from the alienation of the social sphere, long-term benefits from its preservation. As a result of transfer of ownership of social infrastructure in the hands of the state gradually began to slow down.

The third phase (2000s). At this stage, there is an optimization of the main activity of objects of social infrastructure. There is a realization that social objects can be used in the framework of the corporate social policy. The social responsibility issues most relevant.

The analysis of business activity in the field of CSR has shown that the Russian practice in this area is in "frozen" state, with some signs of positive dynamics in the sphere of big corporate business. Let's try to understand the basic reasons for this situation.

Our position is to understand how to solve problems related to the development of CSR. For this, you first need to determine the theoretical and

practical contradictions of this process. So, the main theoretical controversy in relation to CSR, is that between the private interests of business (make more profit) and the interests of society (stability, successful development for most) there are always differences related to the forms and methods of achieving these goals.

First of all, a faithful interpretation of the effectiveness of the PCB in the aspect of foreign economic activity of the Bank as a complex concept in the unity of the feasibility, effectiveness and cost-effectiveness requires clarification of the content of these categories.

First, linking the feasibility of the integrated concepts of "efficiency" is a purely social problem, it seems one-sided, as the main objective of the Corporation in the field of sustainable development, not social issues. The last task of all actors of tripartism. Thus, the feasibility as an aspect of efficiency must be combined with sustainable development of the Corporation as a whole.

Second, in interpreting the performance as an element of the effectiveness of PSC should focus on the consistent physical performance indicators KSP original target (planned) settings in the relevant field of reproduction chpk (salaries, training, vacation, etc.).

Third, the economy as an element of efficiency of activity of KSP should be understood as the ratio of the value of the obtained effect from the implementation of the PSC corresponding to the actual financial costs. Thus, if the characteristic efficiency a priority of its natural expression, description, efficiency, and cost.

In light of the above, the essence of the author's trek to the effectiveness of the PSC is as follows: the effectiveness of the PCB is the unity of its appropriateness, effectiveness and efficiency of the PCB in the compliance of qualitative and quantitative (volume and value) of the parameters of reproduction chpk multifaceted needs of the sustainable development of the company. In the formula representation of the approach in the numerator – the values of the parameters POCs, and the denominator parameters of sustainable development:

- The parameters of reproduction chpk (in the unity of the spheres of work, consumption, leisure, and area of residence) /

- Options for sustainable development of the Corporation (in the unity of production and technological, financial, marketing, social and other spheres)

The practical application of the above-mentioned developments implies the concretization of the problem of efficiency of corporate social policy to the level of consideration of the relevant factors. The relevance of the study of these issues is due, firstly, the importance of objective evaluation of the results of corporate social policy; second, the diversity of determinants affecting the final performance of the PSC; third, the need for the search and mobilization of additional reserves and the reallocation of existing ones. Unfortunately, this subject has not yet been developed sufficiently in the literature while there are only separate publication.