

Литература и источники:

1. Криницына З.В. Управление персоналом: Учебное пособие. – Томск: Изд. ТПУ, 2015. 196 с.
2. Одегов Ю.Г. Управление персоналом : учебник для бакалавров / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. . - Москва: Юрайт, 2014. 258 с.
3. Потемкин В.К. Управление персоналом: учебник для вузов / В. К. Потемкин. — СПб: Питер, 2010. 432 с.
4. Спивак В.А. Управление персоналом: учебное пособие / В. А. Спивак. — Москва: Эксмо, 2010. 332 с.
5. Чернышева М.А. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления: Учебное пособие - Ростов н/Д: Феникс, 2009. 59 с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

Е.С. Губина

Научный руководитель – О.А. Сапрыкина

«Если Вам нужны машины, Вы можете их купить;
если Вам не хватает денег, Вы можете взять их в долг.
Но Вы не сможете купить или взять в долг людей,
а люди, увлеченные идеей, – это основа успеха».
Эггон Жуан да Силва – основатель WEG.

Эффекты глобализации, под действием которых сегодня оказалось практически все мировое бизнес сообщество, формируют новые вызовы, как для каждой конкретной экономики, так и для отдельных субъектов экономической деятельности. Реагируя на эти вызовы, национальные и международные корпорации соревнуются в развитии и применении уникальных стратегий, способных обеспечить значительный период устойчивого роста. При такой динамике первоочередной задачей стратегического менеджмента является качество управления, которое проявляется в итоговом результате взаимодействия корпораций с окружающим обществом и средой, и приносящем суммарный (синергический) эффект от трех составляющих, – экономической, социальной и экологической, предопределяя конкурентоспособность корпорации. Здесь очевидна зависимость степени конкурентного преимущества на рынке от степени и качества взаимной интеграции и эффективности обоюдновыгодного взаимодействия заинтересованных сторон, бизнеса и общества.

Положительный эффект достигим только в случае долгосрочного планирования инвестиций в социально-ориентированные модели развития, и следования принципам корпоративной социальной ответственности (КСО), в соответствии с которыми корпорация не отделяет свое развитие от развития общества, признает свое влияние на него и встречную восприимчивость, тем самым беря на себя социальную ответственность за повышение качества жизни работников и их семей, местного сообщества и общества в целом, экологическое благополучие окружающей среды. Отсутствие же, либо удаленность от линии социальной ответственности практически

автоматически означает несостоятельность корпорации на международном рынке, как сильного игрока, способного противостоять кризисным явлениям и вызовам современности, диктуемыми процессами глобализации.

Если оценивать направленность деятельности компаний в области КСО в России, то оценка будет недостаточная, так как перечисленные формы реализуются только крупными корпорациями. В общем, все российские корпорации показывают низкий уровень развития КСО, который еще более снижается во время мирового экономического кризиса.

В условиях кризиса бизнес с трудом справляется со своей главной задачей по отношению к обществу, а именно с созданием и сохранением рабочих мест, а также поддержанием конкурентоспособного уровня заработной платы.

Кризис – это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающей ее жизнестойкости в окружающей среде [1, с.14].

Несмотря на существующие трудности, результаты исследований показывают, что во многих российских компаниях положение дел начинает меняться в лучшую сторону, и период пренебрежения социальными интересами уступает место осознанию взаимной зависимости бизнеса и общества, рациональному поиску приемлемого компромисса интересов [4, с.86].

Основные проблемы, затрудняющие реализацию КСО в России

Россия имеет определенные особенности, благодаря которым наблюдается затруднение в развитии КСО. К числу таких особенностей можно отнести следующее:

- Большая география, маленькая плотность населения (в среднем – 8,56 чел/км²);
- Концентрация капитала в отдельных регионах России;
- Отсутствие государственной инфраструктуры для решения проблем девиантного поведения (для комплексной профилактики негативных явлений в обществе; разработке эффективных механизмов профилактики и реализации мероприятий по борьбе с детской безнадзорностью, наркоманией, алкоголизмом, преступностью, проституцией);
- Глобальные экологические проблемы и др.
- Высокое количество монопрофильных городов, в которых очень низкое финансирование и вся инфраструктура плотно связана с градообразующими предприятиями;

На данное время всеобщего развития в России концепция еще не получила. По большей части принципов КСО придерживаются самые крупные корпорации: они создают КСО–программы, такие мероприятия имеют социальную и экологическую направленность. В результате составляются корпоративные отчеты по различным стандартам (экологические, социальные, о корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития и прочее).

Факторы, необходимые для активизации КСО представлены в табл.1.

Таблица 1 – Факторы необходимые для активизации российских компаний в области КСО

№ п/п	ФАКТОР	ВЛИЯНИЕ
1	Ускорение процессов глобализации	Повышение роли бизнеса в государстве и обществе в целом в силу глобализации торговли, инвестиций и капитала

2	Изменение структуры потребления и потребительского спроса	Структурные изменения в сфере производства: рост новых отраслей, связанных с индустрией досуга, сферой услуг, социальных услуг незащищенным слоям населения
3	Консюмеризм	Движение за расширение прав потребителей и усиление их воздействия на продавцов и производителей, обеспечение качества потребительских товаров (услуг) и честной рекламы
4	Рост общественных ожиданий и государства в отношении бизнеса	Резкое возрастание уровня притязаний и ограничений со стороны общества и государства по отношению к бизнесу
5	Развитие индивидуализма и гедонизма в обществе	Повышение требовательности потребителей к качеству продуктов и услуг, рост требований работников по отношению к компании относительно условий труда, формирование и интенсивное развитие рынка предлагаемых бизнесом социальных услуг
6	Демографические изменения	Возрастание доли женщин и представителей национальных меньшинств среди работающих; старение населения в развитых странах и, как следствие этого, изменение соотношения между работающими и неработающими гражданами
7	Понимание обществом необходимости защиты окружающей природной среды	Ограничение природных ресурсов на Земле, изменение климата, увеличение числа катаклизмов в природе, негативное воздействие на окружающую среду

Непременным объектом управления в организации является развитие социальной среды, создаваемой персоналом с его различиями по демографическим и профессионально-квалификационным признакам.

Организация есть одна из важнейших форм социальной организации, система различных социальных групп и взаимоотношений между ними. Успешная деятельность зависит от высокой результативности совместного труда работников, их квалификации и уровня образования, от того, насколько условия труда и быта благоприятствуют удовлетворению их материальных и духовных потребностей [3, с.39].

Ориентация социального управления направлена исключительно на людей. Основной задачей такого управления является создание для работников организации надлежащих условий труда и быта, а так же их постоянного улучшения.

Таким образом, в общем виде корпоративная социальная ответственность (КСО) – это система последовательных экономических, экологических и социальных мероприятий компании, реализуемых на основе постоянного взаимодействия с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и направленных на снижение нефинансовых рисков, долгосрочное улучшение имиджа и деловой репутации компании, а также на рост капитализации и конкурентоспособности, обеспечивающих прибыльность и устойчивое развитие предприятия [5, с.44].

Сегодня актуальными становится поиск новых форм взаимодействия общества, власти и бизнеса. Определение более эффективных, оперативных, системных подходов к такому сотрудничеству, способам решения общих задач, созданию инфраструктуры, позволит повысить гражданскую активность населения. Особое значение приобретет осмысление накопленного практического опыта, формирование теоретического и методологического обоснования для дальнейших преобразований,

что может быть достигнуто на основе широкого общественного обсуждения целей, принципов и перспектив дальнейшей деятельности [2, с.7].

Согласно опубликованным отчетам Гарвардской школы бизнеса, по исследованиям результатов применения практик корпоративной социальной ответственности, компании, принимающие активное участие в социальных программах, значительно опережают своих коллег, менее социально ответственных [Eccles, Ioannou, Serafeim, 2012]. По данным исследований показателей ROA компании с внедренными принципами КСО на инвестированный в 1993 году 1 доллар получили в 2010 году 7,1 доллара. В то же время, компании из той сферы деятельности, но без КСО, инвестировавшие 1 доллар, получили за тот же период 4 доллара. Аналогичное сравнение по показателю ROE практически повторило вывод, эффективность компаний с КСО значительно выше, доходность их инвестиций достигла 25-ти кратных значений на вложенный доллар. Соотношение этого показателя компаний без КСО не превысило 16-ти кратного значения. Следует отметить, что в этом же периоде мир прошел через две мощных волны экономического и финансового кризиса, и серию локальных кризисов также оказавших влияние на судьбы многих экономик. Компании, следующие стратегиям КСО, оказались как устойчивыми, так и более успешными.

Столь серьезный отрыв от конкурентов стал возможен благодаря использованию потенциала социально-ориентированной модели бизнеса, когда КСО является самостоятельной стратегией корпоративного менеджмента [6, с.66].

На данное время вопросы социальной ответственности выдвигаются на передний план в деятельности многих компаний, об этом свидетельствует отказ многих потребителей приобретать товары социально-безответственных компаний, ликвидация крупных корпораций. Поэтому очень важно понимать каким образом социально ответственное поведение бизнеса может повлиять на процессы формирования деловой репутации и корпоративного имиджа, а также предопределять в долгосрочной перспективе устойчивый рост компании.

Исследуемая тема особенно актуальна для российской экономики, с высокой долей промышленности в ВВП, и с доминированием крупных компаний и сверхкрупных корпораций, часто монополий, стремящихся удержаться в конкурентной борьбе, прежде всего на рынке сырьевых ресурсов и продуктов с низкой добавленной стоимостью. Для таких компаний любой внешний экономический катаклизм непременно ведет к рискам резкого спада производства и упущению своих позиций. Отсутствие сильной внутренней и внешней социальной поддержки этот риск только усугубляет. Создание же и поддержание социально ориентированной модели развития корпорации «с нуля» требует не только серьезных капиталовложений, но и наличия особых компетенций менеджмента в области решения соответствующих проблем управления предприятием, возникающих на этапах перехода к доктрине социальной философии, построенной на логике «принципы-процессы-результаты», как парадигмы, задающей устойчивую модель постановки и решения проблем взаимодействия бизнеса и общества. Залогом успешного закрепления российских предприятий на глобальном рынке может быть только планомерное сближение и прочное удержание качества национальной макро- и микроконкурентной среды и стратегий национальных корпораций с их зарубежными аналогами и естественными конкурентами.

Если учитывать текущее состояние российской экономики, ее социальные и культурные традиции, их специфику, то можно сделать вывод, что Россия стоит на позиции институционализации модели КСО. В первую очередь, это должно выра-

зиться в публичной социальной отчетности как необходимой и обязательной нормы, ужесточении наказаний собственников бизнеса в случаях, когда нарушаются трудовые права работников.

Литература и источники:

1. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. проф. Э.М. Короткова. М.: Инфра-М, 2010. – 620 с.
2. Грекова Г.И., Киварина М.В. Взаимодействие бизнеса и власти: от корпоративной ответственности к социальному партнерству. учеб. пособие. – Изд-во: НовГУ им.Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2015. – 161 с.
3. Григорян Е.С. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Е.С. Григорян, И.А. Юрасов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 248 с.
4. Корпоративная социальная ответственность: учебник / коллектив авторов; под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2016. – 320 с.
5. Костин А.Е. Социальная ответственность в корпоративном управлении: эффективная капитализация // Журнал НСКУ «Корпоративное управление». – 2007. – №3. – С.44.
6. Миролюбова О.В. Корпоративная социальная ответственность в международном бизнесе: учеб. пособ. / О.В. Миролюбова, О.А. Сайченко, Е.Р. Счисляева. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – 231 с.

ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

А.В. Кетерлинг

Научный руководитель – А.А. Емельянович

Термин «эффективный контракт» был впервые озвучен в 2012 году в предвыборной статье В.В. Путина «Строительство справедливости, социальная политика для России». Дальнейшее развитие тема получила в Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» и в Бюджетном послании Президента 28.06.2012 г. «О бюджетной политике в 2013-2015 годах». В целях сохранения кадрового потенциала, повышения престижности и привлекательности профессий в бюджетном секторе экономики Правительству РФ поручалось разработать программу поэтапного совершенствования системы оплаты труда работников бюджетного сектора экономики, обусловив ее повышение достижением конкретных показателей качества и количества оказываемых услуг.

Внедрению в систему государственного здравоохранения эффективного контракта, т.е. трудового договора с работником, в котором конкретизированы его трудовые обязанности, условия оплаты труда, показатели и критерии оценки эффективности для назначения стимулирующих выплат в зависимости от результатов труда и