

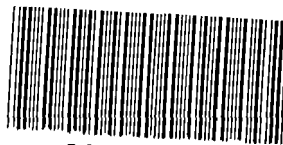
На правах рукописи



ВАТЛИН Андрей Александрович

**МЕНЕДЖМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ**

Специальность 08.00.05 Экономика и управление
народным хозяйством (менеджмент)



005566962

8 АПР 2015

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Курск - 2015

Работа выполнена на кафедре региональной экономики и менеджмента Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Юго-Западный государственный университет».

Научный руководитель: заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, доктор психологических наук, профессор
ГРОШЕВ Игорь Васильевич

Официальные оппоненты: **Трещевский Юрий Игоревич**, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», заведующий кафедрой экономики и управления организациями

Чулакова Александра Леонидовна, кандидат экономических наук, ФГБОУ ВПО «Юго-Западный государственный университет», кафедра региональной экономики и менеджмента, старший преподаватель

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Приволжский (Казанский) федеральный университет»

Защита диссертации состоится «28» апреля 2015 года в «13» часов на заседании диссертационного совета ДМ 212.105.07 при Юго-Западном государственном университете по адресу: 305038, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на официальном сайте www.swsu.ru Юго-Западного государственного университета.

Автореферат разослан «24» марта 2015 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
ДМ 212.105.07



Е. В. Харченко

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В настоящее время корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса входит в область стратегического целеполагания многих компаний. Без данного направления невозможно представить успешную компанию. Концепция КСО трансформируется в ключевой элемент стратегии и усиления ключевой компетенции, а деятельность в этой сфере становится капиталобразующей для корпоративной структуры. Российские компании с каждым годом наращивают степень интеграции в глобальные экономические процессы, что заставляет их двигаться по пути увеличения корпоративной прозрачности, социальной ответственности и эффективности. Концепция КСО выступает средством социального позиционирования, открывает возможность широко заявить о себе в обществе, продвинуть собственные ценности, позиционируясь в качестве надежного работодателя и прогрессивной компании.

Сегодня количественный рост российской экономики подошел к своей завершающей фазе. Низкие цены на энергоресурсы, высокая волатильность и девальвация национальной валюты, ограничение доступа на международные рынки финансовых активов – новая объективная точка отсчета для российской экономики. В таких условиях менеджменту компаний невозможно использовать прежний экономический курс и инструменты управления. Используя достигнутые результаты, можно продолжить экономическое развитие страны на качественно другом уровне. Точкой роста в данном случае будет тесное сотрудничество бизнеса, государства и общества в формировании более высокого уровня социального капитала. Решение макроэкономических проблем на уровне государства, локальные оптимизации бизнес-процессов компаниями, высокий спрос на отечественные товары и услуги со стороны общества – это краеугольные стороны нового курса устойчивого развития экономики страны.

Вырабатывая ментальность социальной ответственности, можно добиться высокой ориентированности на качественный результат, что мобилизует ресурсы, реализует потенциал экономического роста вне зависимости от внешней конъюнктуры рынка. Кризисные явления несут потенциал возможностей, которые следует использовать совместно с накопившимся комплексом социальных проблем, что и станет новой парадигмой долгосрочного роста, нацеленного на увеличения уровня благосостояния российских граждан. Все это предопределяет актуальность научного исследования социальной ответственности бизнеса как фактора устойчивого роста в современной экономической конъюнктуре.

Степень научной разработанности проблемы. Вопросы социальной ответственности бизнеса исследуются уже долгое время. Основные представления о социальной ответственности были заложены в трудах великих философов и ученых, среди которых: Аристотель, Т. Веблен, Г. Гегель, Э. Дюркгейм, А. Камю, И. Кант, Н. Макиавелли, Ф. Ницше, Платон и др. Многие исследователи проводили углубленный анализ взаимодействия институтов в рамках социально-экономического взаимодействия (И. Ансофф, Р. Дафт, Д. Коллинз, И. Мазур, М. Портер, В. Радаев, С. Резник, К. Ясперс и др.), обращая при этом особое внимание на социальную ответственность. Основоположником концеп-

ции ответственного поведения коммерческих структур перед обществом был Х. Боуэн, его идеи дополнились экономическими исследованиями Э. Долана, Дж.М. Кейнса, П. Самуэльсона. В дальнейшем была разработана теория акционерной стоимости М. Фридмана, теория заинтересованных сторон Э. Фримана, Дж. Лидка, Р. Филлипса и др., теория социального капитала в контексте работы государства и бизнеса (Р. Акерман, Л. Престон и Дж. Пост), теория этичности бизнеса (Ю. Хабермас, Дж. Роулси, Р. Нозик), теория корпоративного гражданства (А. Кэрролл, Э. Крейн, Дж. Мун).

Исследования КСО в российской науке имеют сравнительно небольшую историю. Первые попытки осмысления и рефлексии социальной ответственности бизнеса относятся к периоду 2000-х гг. Большой вклад в развитие теоретико-методологических основ КСО внесли такие российские ученые как И.Ю. Беляева, Н.М. Горин, А.А. Деревянченко, А.А. Дынкин, А.Ю. Зудин, Н.Ю. Лапина, С.Е. Литовченко, Л.Н. Никитина, С.П. Перегудов, Л.И. Полищук, Ф.Т. Прокоров, И.С. Семенов, А.Е. Чирикова, С.В. Шишкина, А.Н. Шохин, А.А. Яковлев, М.А. Эскиндаров и др. Особый вклад в генерирование новых подходов, концепций и массива исследовательской информации в области КСО внесли также международные организации (ООН, ОЭСР, Всемирный банк, ЮНЕСКО, международная ассоциация этики бизнеса и экономики – ISBEE), российские некоммерческие организации (Научно-исследовательский институт труда и социального развития, Ассоциация менеджеров, РСПП, ТПП, Институт экономики города) и транснациональные аудиторские компании (PricewaterhouseCoopers, KPMG, Ernst&Young).

Интересные исследования социальной ответственности бизнеса представлены в смежных областях менеджмента и экономики. Так, инвестиционная политика по отношению к социальным субъектам изучалась В.С. Барда, С.В. Равеским, Дж. Боткином, П.Ф. Друкером, А. Маршаллом, Д. Нортоном, социальное инвестирование изучалось И.Ю. Беляевым, Б.Н. Генкиным, С.В. Ивченко, Ю.Н. Поповым, С.В. Туркиным, частно-государственное партнерство в контексте устойчивого развития исследовалось Ю.В. Вертаковой, Г.Б. Клейнером, О.С. Пчелинцевой, С.В. Тарасовой. КСО в системе стратегического менеджмента анализировалась И. Адизесом, Дж.Б. Куинном, Б. Трэйси, О. Виханским, Д. Исаевой, В. Шапиро.

Современный анализ КСО предполагает несколько различных направлений исследований: прикладное значение КСО для компаний (Дж. Бакан, У. Баффет, Е.Н. Башарина, С.В. Геллерман, С. Гуриев, Р. Гудпастер, Т. Долгопятова, А.Е. Костина, Н. Кричевский, Р. Павлов, М. Сасаки, Г. Тульчинский), аспекты внутренней мотивации персонала (В.Н. Бобков, Н.А. Волгин, В.И. Веснин, Г.Э. Слезингер, Л.С. Шаховская, О.П. Фролов, Я.А. Шевчук), анализ КСО на институциональном уровне (Д. Брейбрук, Д. Вуд, Т. Дональдсон, М. Накамура, У. Норман, В.М. Хофман, Ю.Е. Благоев, Д.С. Львов, Т.Н. Юдина), вопросы эффективности (Т. Коерс, М. Орлитски, К. Пауль, Б.М. Руф), составление корпоративной социальной отчетности (Н. Голубева, Т. Гришина, О. Зайцева) и др.

Однако, несмотря на теоретическое и практическое разнообразие исследований, в сфере КСО до конца остаются не изученными такие области как влияние КСО на устойчивое развитие корпоративного сектора, взаимосвязь с капитализацией компании и ее нематериальными активами. Необходимость изучения и научного анализа указанных вопросов предопределили выбор цели, задач, предмета и объекта исследования.

Объект исследования – корпоративная социальная ответственность как элемент стратегического менеджмента российских коммерческих предприятий.

Предмет исследования – система организационно-управленческих взаимоотношений, возникающих в процессе реализации концепции корпоративной социальной ответственности, учитывающей позиции всех заинтересованных сторон.

Цель исследования – разработка теоретико-методологического комплекса рекомендаций по управлению системой корпоративной социальной ответственности с ориентацией на стратегический менеджмент.

Поставленная цель диссертационной работы определила необходимость решения следующих задач:

- проанализировать и систематизировать структуру КСО с позиции институциональной и функциональной сущности;
- выявить механизм взаимовлияния концепции социальной ответственности и корпоративной культуры, а также разработать модель социально ориентированной корпоративной культуры;
- определить характер качественной корреляции между корпоративной социальной ответственностью и капитализацией нематериальных активов;
- разработать систему управления корпоративной социальной ответственности в структуре стратегического и операционного менеджмента;
- предложить комплекс рекомендаций по развитию концепции корпоративной социальной ответственности на институциональном, государственном и корпоративном уровнях.

Область исследования. Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом научной специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (п. 10. Менеджмент): пп. 10.17. Корпоративное управление. Формы и методы корпоративного контроля. Управление стоимостью фирмы. Роль и влияние стейкхолдеров на организацию. Миссия организации. Корпоративная социальная ответственность. Социальная и экологическая ответственность бизнеса.

Теоретическую и методологическую базу диссертационного исследования составили научные труды отечественных и зарубежных исследователей, занимавшихся различными аспектами социальной ответственности бизнеса. В основу научного анализа были положены неинституциональная теория, теория групповых интересов, теория социально-экономического взаимодействия, теория организаций, в качестве парадигмы использовалась теория устойчивого развития корпоративных систем, основанная на стратегическом менеджменте. Основными методами, которые составили концептуальную основу научного исследования, являлись традиционные и общенаучные методы познания: ре-

флексия, сопоставление, анализ и синтез, а также системно-ситуационный, историко-логический, ретроспективный, диалектический, абстрактно-теоретический, структурно-функциональный, сравнительный, экспертно-эконометрический, системный, эмпирического обобщения и статистической обработки данных.

Проанализированы и изучены профильные, периодические печатные издания и журналы, интернет-порталы, монографические издания, аналитические материалы по направлению социальной ответственности бизнеса. Также информационной базой послужили нормы законодательства, системы добровольной и обязательной сертификации, международные стандарты качества и КСО, данные российских государственных служб статистического наблюдения, контроля и аудита, исследования специализированных и некоммерческих организаций в сфере социальных инвестиций в РФ и практики интеграции КСО в общую стратегию компании (Ассоциация менеджеров России), данные научных и неправительственных организаций (Институт экономики города), профильных учреждений, занимающихся исследованием КСО (Всероссийская организация качества, РСПП), а также материалы международных и всероссийских научных конференций и круглых столов, публичные и сводные финансовые отчеты о социальной деятельности компаний, публикующих их открыто, данные международных и национальных рейтинговых систем, результаты авторских мониторинговых экономических, управленческих и социологических исследований.

Научная новизна диссертационной работы состоит в разработке теоретико-методического комплекса рекомендаций, направленных на оптимизацию механизма управления КСО в системе стратегического целеполагания компании.

Научной новизной обладают следующие **результаты диссертационного исследования, выносимые на защиту:**

- визуализированы концептуальные блоки КСО в области институциональной природы на основе идентификации трех формаций (инновационно-инвестиционное, цивилизационное и социально-экономическое пространство), компетенции которых заключаются в устойчивом развитии экономики, повышении конкурентоспособности корпоративных структур и развитии гражданского общества, а также систематизирована функциональная плоскость КСО, реализующая интересы бизнес-сообществ на микроуровне и государственных институтов в макроэкономическом масштабе;
- сформулированы основные механизмы взаимного воздействия концепции КСО, несущей информационный, операционный и функциональный код, и корпоративной культуры, являющейся содержательной оболочкой, которые направлены на синергетику нематериальных активов в общей иерархической структуре социального капитала компании, эффективная интеграция КСО в структуру менеджмента подразумевает актуализацию модели социально ориентированной корпоративной культуры, основными принципами которой являются синергия тактических и стратегических мер развития социального капитала, реализация внутренней и внешней социальной политики, обоснованность проектов и программ с позиции наибольшего социально-экономического эффекта;

- сформированы положения политики в сфере КСО с целью повышения капитализации нематериальных активов компании, выявлены подходы, позволяющие производить конвертирование социальной репутации в финансовый ресурс, осуществлять долгосрочное социальное инвестирование, реализовывать долгосрочные и среднесрочные бизнес-выгоды в форме дивидендов от социальных инвестиций внутреннего и внешнего характера;
- разработана система управления КСО в структуре стратегического и операционного менеджмента, которая основывается на комплексном оперировании процессами, процедурами, регламентами с целью приведения общей корпоративной структуры в соответствие с ожиданиями заинтересованных участников социально-экономических отношений, при этом работа на уровне инертных разнонаправленных потенциалов не позволяет производить добавочной стоимости, поэтому основной акцент делается на человеческий и временной ресурс, как на невозобновляемые источники роста;
- предложен комплекс организационно-управленческих мер, способствующих развитию концепции КСО на институциональном, государственном и корпоративном уровнях, основной вектор инициатив которых заключается в совмещении «технологического плато» компаний с социальным и экологическим контекстом деятельности, развороте коммерческого сектора в сторону повышения эффективности использования ресурса социального капитала, стимулирования роста производительности труда, при этом сделан акцент на формировании институциональных предпосылок повышения качества жизни через устойчивое развитие бизнеса и поддержку всех стейкхолдеров.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии комплекса теоретико-методологических и концептуальных положений КСО, определяющих ключевые особенности, признаки, форматы работы в социально-экономической плоскости, где присутствует группа заинтересованных сторон, что позволило выстроить рекомендации методологического, теоретического и методического характера. Сформированы теоретические подходы интеграции принципов КСО в систему стратегического менеджмента.

Практическая значимость работы заключается в том, что полученные материалы могут быть руководством к действиям в области управления КСО с ориентацией на стратегический вектор развития компании. Содержащиеся в работе выводы и рекомендации адресованы высшему менеджменту предприятий, они могут использоваться в формировании концептуальных подходов к наработке опыта социальной ответственности, служить базой для последующих научных исследований. Государственные структуры в лице органов власти могут вырабатывать стратегии сотрудничества с бизнесом в области реализации социального капитала по территориальному признаку, с учетом авторских рекомендаций. Результаты диссертационного исследования могут войти в учебные курсы высших учебных заведений по направлениям «Бизнес-этика», «Стандартизация КСО», «Экономика предприятия», «Стратегический менеджмент», «Современные концепции управления», «Бренд-менеджмент» и т.д.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования прошли апробацию на научно-практических семинарах и конференциях регионального, российского и международного уровня, освещались на тематических круглых столах, симпозиумах и открытых дискуссионных площадках: «Новые перспективы развития экономических наук: инновации и риски» (Москва, 2014), «Экономика и социум: современные модели развития общества в аспекте глобализации» (Саратов, 2014), «Начало в науке» (Уфа, 2014), «Инновационное развитие общества в период модернизации» (Саратов, 2014).

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликовано 13 работ общим объемом 4,35 п.л., из них авторских 4,0 п.л., в виде статей в журналах и сборниках научных трудов, в том числе в рецензируемых научных журналах и изданиях – 6 статей.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа изложена на 194 страницах машинописного текста и состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы; содержит 13 таблиц, 50 рисунков.

Во *введении* обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень ее разработанности, формируются цели и задачи исследования, определяется объект и предмет исследования, показана научная новизна, практическая ценность и апробация работы.

В первой главе – *«Теоретико-методологическая плоскость концепции корпоративной социальной ответственности»* – рассматривается понятие и генезис КСО, проводится корреляционная взаимозависимость между корпоративной культурой и основными положениями КСО, изучается институциональная структура социальной ответственности бизнеса и ее интеграция в общую корпоративную стратегию компании.

Во второй главе – *«Методические особенности управления корпоративной социальной ответственностью»* – анализируется такое явление как социальные инвестиции бизнеса, которые выступают основой устойчивого развития компании, идентифицируется механизм управления КСО, рассматривается влияние социальной ответственности на капитализацию нематериальных активов компании.

В третьей главе – *«Формирование эффективной системы управления корпоративной социальной ответственности с ориентацией на стратегический менеджмент»* – дана оценка уровня развития КСО предприятий в России, сформулирован теоретико-методологический комплекс рекомендаций по развитию концепции КСО на институциональном, государственном и корпоративном уровнях.

В *заключении* содержатся обобщенные результаты работы, выводы и рекомендации методического и прикладного характера.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Концептуальные блоки корпоративной социальной ответственности.

В российских условиях процесс институционализации КСО находится на начальном этапе. В связи со слабым развитием гражданского общества, давлением олигархических структур, размытостью юридического поля и рядом других причин, ведущую роль в сфере социальной защиты населения и формирования института КСО играют государственные инициативы. Проведенный анализ показал, что эффективное развитие бизнеса невозможно без трансформации социально-экономического взаимодействия всех его стейкхолдеров. Стихийные процессы должны стать управляемыми, интересы государства, бизнеса и общества сбалансированными, а плоскость их взаимодействия строиться на базе активного социально-экономического пространства (рис. 1). Последнее предполагает применение различных методов, с учетом современных принципов управления, сочетание которых позволяет вовлекать в сферу социально ответственного управления все большее количество субъектов: социальные и частно-государственные партнерства, саморегулируемые, со-регулируемые и некоммерческие организации, на основе применения стандартов менеджмента КСО.

Рассмотрение эволюции КСО позволило ее причинно-следственные корреляции визуализировать в отдельный функциональный блок. Находясь в сильной зависимости от макро- и микроэкономических условий, институциональной системы общества, государственных институтов, концепция КСО обладает большим потенциалом возможностей для развития экономики страны (рис. 2). Преимущество развития КСО для макроэкономического уровня заключается в генерировании фундамента устойчивого развития социально-экономических систем различного типа и уровня, стимулировании инновационной экономики, роста уровня жизни, формировании большей добавленной стоимости. На микроэкономическом срезе происходит прирост новых знаний, умений, навыков, развиваются креативные способности работников, расширяется область генерирования новых идей и решений, уровень их коммерциализации. Внутри компании (субмикроуровень) повышается уровень инициативности сотрудников, качество делегирования, общий уровень доверия и мотивации к работе.

2. Взаимодействие корпоративной социальной ответственности и корпоративной культуры.

Каждая компания обладает «культурной надстройкой», поэтому элементы КСО выступают частью культурной «ткани» внутрикорпоративной среды, задача которых в рамках системы менеджмента заключается в транслировании корпоративных ценностей социальной, экологической и общечеловеческой формации во внутреннюю / внешнюю среду. Оформленная концепция социальной ответственности компании предполагает внутренний информационный, операционный и функциональный код, являясь, с одной стороны, концентрированным выражением культуры компании, а с другой – инструментом формирования культуры сотрудников, ее ближайшего социального круга через общечеловеческие и социальные ценности.

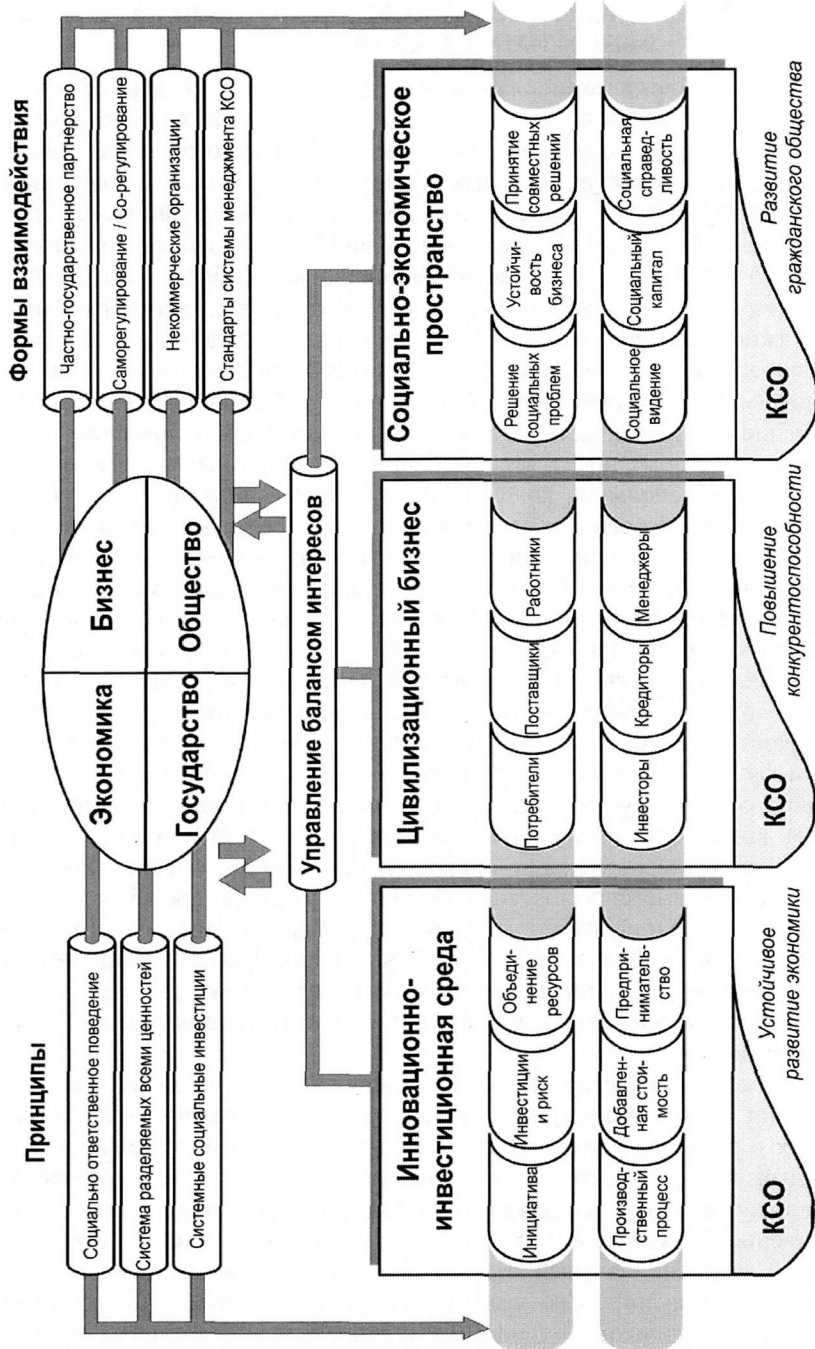


Рис. 1. Институциональная плоскость КСО

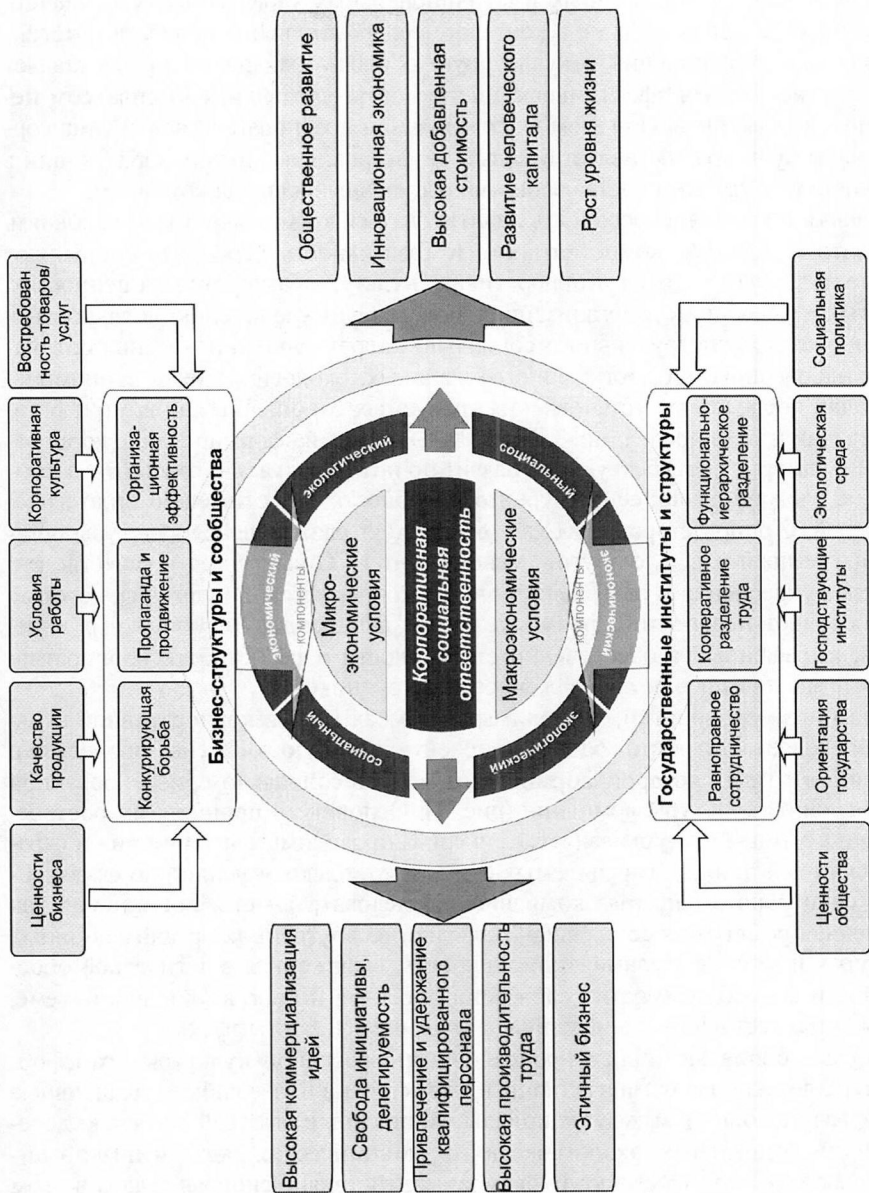


Рис. 2. Функциональная плоскость КСО

Концепция социально ориентированного бизнеса является «внешним продолжением» корпоративной культуры, ее компетенция - управление комплексом имиджевых, репутационных и функциональных характеристик компании. Стратегическое целеполагание в контексте содержательного процесса интегрирования данной концепции в культурную оболочку компании предоставляет системе менеджмента эффективные инструменты управления комплексом нематериальных активов. При этом в исследовании предполагается, что сама корпоративная культура составляет базовый нематериальный актив, образующий в совокупности с другими составляющими социальный капитал компании.

Знания и умения, способность адаптироваться к изменяющимся условиям, проводить изменения, компетентность и креативность персонала составляют интеллектуальный капитал. Корпоративная культура базируется на ценностях, принятых и усвоенных в организации, способствует увеличению лояльности и моделированию конструктивного социально направленного поведения сотрудников, нацеленного на достижение социальных, экологических и экономических задач посредством установления требуемых отношений как внутри организации, так и за ее пределами. То есть, КСО влияет на формирование корпоративной культуры, способствующей развитию интеллектуального капитала компании, а, следовательно, ее конкурентоспособности и достижению стратегических целей. С одной стороны, КСО – это продукт сложившейся культуры организации, ее носитель, а, с другой, менеджмент КСО выступает в качестве инструмента укрепления и совершенствования корпоративной культуры, который в долгосрочной перспективе формирует поток дивидендов от социальных инвестиций, выраженный в обеспечении стабильности и целостности корпоративной системы, повышении приверженности сотрудников.

Симбиоз мероприятий, проводимых в рамках КСО и корпоративной культуры, позволяет выстроить социально ориентированную логику процессов и операций, в рамках которой формируется модель социально ориентированной корпоративной культуры компании (рис. 3). Основными принципами построения данного типа культуры является синергия проводимых тактических и стратегических действий, подкрепляемых единым комплексом усилий по формированию социального капитала компании; последовательность, понимаемая как постепенная реализация социальной политики во внутренних организационных структурах и за ее пределами; гармоничность, выраженная в логической обоснованности и необходимости реализации проектов и программ в том объеме, который принесет наибольший социально-экономический эффект.

Модель социально ориентированной корпоративной культуры трансформирует традиционные организационные структуры в более гибкие, адаптивные платформы, используя межфункциональный подход, с высокой степенью делегируемости социальных, экологических и экономических задач и низкой дистанционностью межструктурного взаимодействия. Основная задача в этом случае состоит не столько в повышении «качества» рабочей силы, сколько в формировании установок на реализацию социально значимых функций компании.

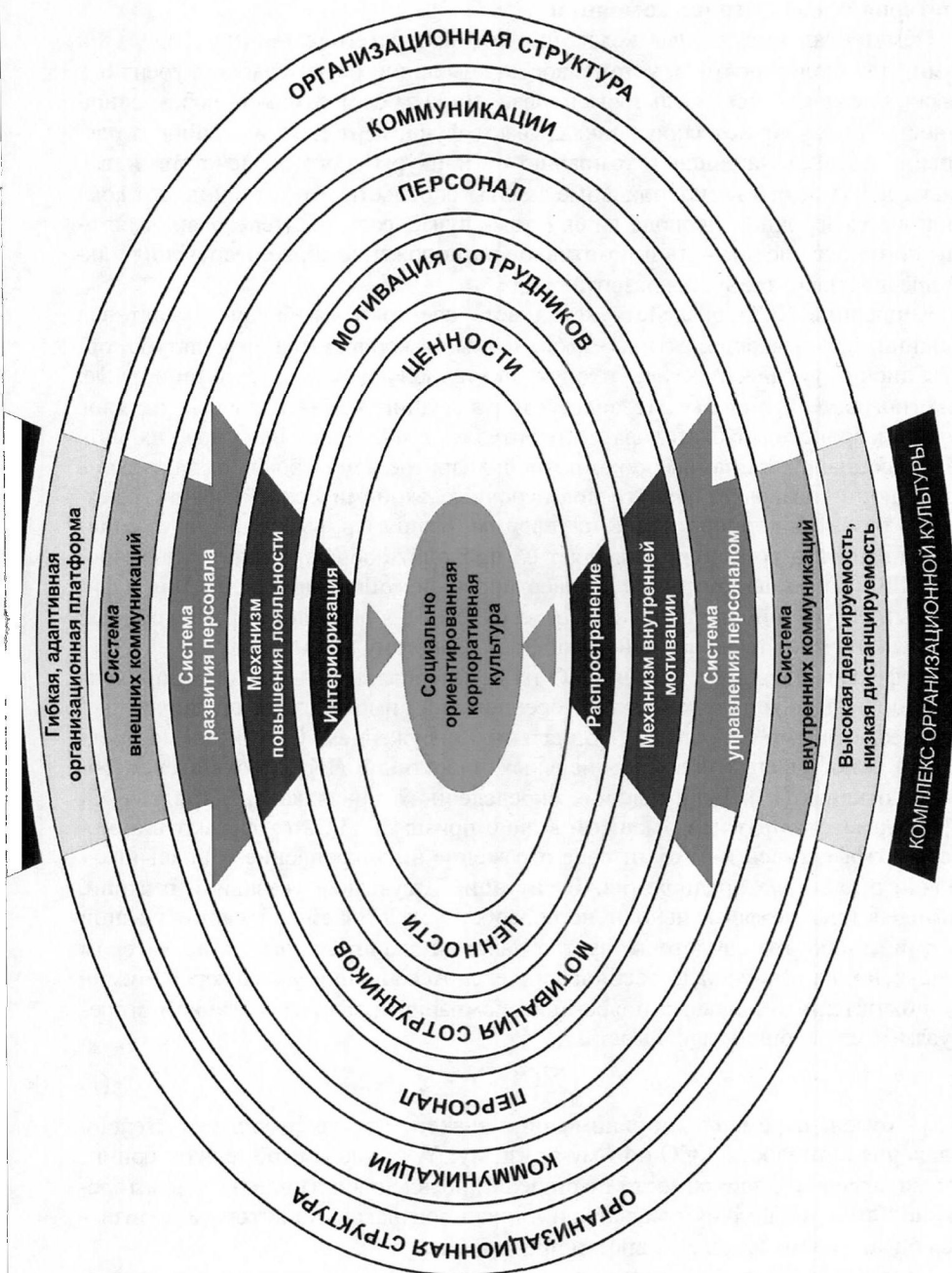


Рис. 3. Модель социально ориентированной корпоративной культуры

3. Влияние корпоративной социальной ответственности на капитализацию нематериальных активов компании.

Нематериальные активы компании имеют стратегическое значение. Они формируют долгосрочную устойчивость компании на высококонкурентных рынках, повышают рентабельность производства за счет создания добавленной ценности, стимулируют спрос, закладывают фундамент для дальнейшего расширения бизнеса, защищают компанию от конкурентного воздействия и т.д. Анализ показал, что нематериальные активы способствуют устойчивости компании в долгосрочном периоде лишь в том случае, если заинтересованные стороны проявляют лояльность и позитивное расположение. Для обеспечения данной предпосылки, требуется развитие КСО.

Концепция КСО воздействует на весь спектр нематериальных активов компании: человеческие, активы, заключенные в корпоративной культуре, организационно-управленческие, продуктивно-технологические, репутационные, маркетинговые, брендовые. Процесс капитализации нематериальных активов компании происходит благодаря потребителям, в частности на основе их мнений и ассоциаций, связанных с компанией. Развитие нематериальных активов в совокупности позволяет решать долгосрочные экономические задачи эффективного развития корпоративной платформы. Например, высокий статус социального капитала компании позволяет ей проводить общественное акционирование (IPO) на фондовом рынке. Конвертирование социальной репутации в финансовый ресурс широко используется за рубежом, в последнее время крупный российский бизнес также активно прибегает к данному механизму.

Эффективность воздействия КСО на нематериальные активы предприятия можно оценить в точках контакта с брендом и взаимодействия предприятия с заинтересованными сторонами / социальным окружением. С этой целью предлагается сопоставлять индекс социальных инвестиций (ИК) с показателем обратного отклика (IS). Если наличие определенного признака предприятия X_i сопровождается обратным откликом в лице признака Y_j , этот формат взаимодействия эффективен и находит свое отражение в подкреплении социального / марочного капитала предприятия. В ситуации отсутствия указанной реакции, взаимодействие неэффективно и не способствует дальнейшей капитализации компании, либо это свидетельствует о наличии значительного лага. Автором предложено, на основе качественного индекса Ассоциации менеджеров России (IQ), показатели социальных инвестиций компании и заинтересованной стороны увязать следующей зависимостью:

$$IQ_{(in)} = 1/n \sum_{n=1, j=1}^n (X_i - Y_j) , \quad (1)$$

где X_i - булева переменная, принимающая значение в зависимости от степени проявления активности КСО по i-му признаку; Y_j - булева переменная, принимающая значение в зависимости от степени проявления активности у заинтересованной стороны по j-му признаку; n - число признаков, по которым производится оценка социальной активности предприятия.

Показатель IQ может принимать значение от -1 до 1, при этом значение 0 сигнализирует об эффективном взаимодействии. Отрицательно значение гово-

рит о некотором «эгоизме» предприятия по отношению к заинтересованной стороне, которая проявляет признак в большей степени. Такая ситуация может складываться, например, когда предприятие манипулирует рынком используя монополистическое положение. В ситуации положительных значений компания проявляет большую инициативу и степень проявления признака. Заинтересованная сторона спустя какое-то время может ответить с той же интенсивностью, что обозначит эффективное взаимодействия в рамках КСО.

Таблица 1

Оценка эффективности КСО

Заинтересованное лицо / признак	Степень проявления признака				Эффективность КСО (IQ)	
	$Y_j \leq 0,25$ $X_i \leq 0,25$	$0,25 \leq Y_j$ $X_i \leq 0,5$	$0,5 \leq Y_j$ $X_i \leq 0,75$	$0,75 \leq Y_j$ $X_i \leq 1,0$	«Комсомолец»	"ТАКФ"
Потребитель (Yj – лояльность продукту (бренду), Xi – качество продукта (бренда))	НС	С	ВС	В	0,17	0,21
	НС	С	ВС	В		
Персонал (Yj – лояльность компании, Xi – внутренняя социальная политика)	НС	С	ВС	В	-0,19	0,24
	фрагментированная	модульная	сфокусированная	полная		
Партнеры (Yj – лояльность компании, Xi – деловые практики)	НС	С	ВС	В	-0,31	-0,20
	псевдорыночные	рыночные	цивилизованные	высокий уровень		
Владельцы (Yj – удовлетворенность результатами, Xi – исполнительный менеджмент)	НС	С	ВС	В	0,29	0,75
	НС	С	ВС	В		
Институты власти (Yj – особое отношение (преференции, льготы), Xi – внешняя социальная политика)	НС	С	ВС	В	0,5	0,7
	фрагментированная	модульная	сфокусированная	полная		
Масс-медиа (Yj – репрезентируемый имидж, Xi – забота о репутации)	нейтральный	релевантный	сбалансированный	положительный	0,15	0,48
	избирательная	локальная	сфокусированная	комплексная		
Инвесторы (Yj – инвестиции в предприятие, Xi – формирование социального капитала)	редкие	локальные	систематические	высокий объем	-0,19	0,4
	побочный эффект	задача	цель	миссия		
Сообщества (Yj – признание и поддержка, Xi – забота о профессиональном статусе)	НС	С	ВС	В	0,09	0,23
	НС	С	ВС	В		
Конкуренты (Yj – цивилизованные формы рыночного взаимодействия, Xi – добросовестная конкурентная борьба)	псевдорыночные принципы	рыночные принципы	цивилизованное общение	высокий уровень	0,2	-0,5
	псевдорыночная	рыночная	цивилизованная	высокий уровень		
Общество (Yj – одобрение деятельности, Xi – забота об общественном мнении)	НС	С	ВС	В	-0,07	-0,11
	избирательная	локальная	сфокусированная	комплексная		

Обозначения: В – высокое, ВС – выше среднего, НС – ниже среднего, С – среднее.

Предлагаемая методика была апробирована автором на материалах региональных компаний-флагманов по КСО (ОАО «Тамбовский завод «Комсомолец» и Кондитерская фирма "ТАКФ") (таблица 1). Апробация подтвердила адекватность методики. Анализ полученных данных позволяет утверждать, что по качественному индексу КСО на рассмотренных предприятиях не наблюдается сильных диссонансов, что является результатом сбалансированной социальной политики и релевантного обратного отклика со стороны заинтересованных лиц.

4. Система управления корпоративной социальной ответственностью в структуре стратегического и операционного менеджмента компании.

Система управления КСО основывается на комплексном оперировании процессами, процедурами, регламентами с целью приведения общей корпоративной структуры в соответствие с ожиданиями заинтересованных участников социальных отношений. С учетом накопленного отечественного и зарубежного опыта, предлагается управление КСО российских компаний строить на основе международных стандартов менеджмента КСО.

Эффективное управление КСО предлагается осуществлять через реализацию данных стандартов в областях: ценности и принципы (представляют нормативные идеалы компании, которые определяют идеальный баланс в структуре интересов участвующих сторон); процессы (элементы системы КСО объединяются в единый организационный процесс, где они поддерживаются на уровне ресурсов и процедур); инструменты (набор элементов управленческого стиля компании, помогающий реализовывать концепцию КСО в корпоративной системе); верификация (процедуры внутреннего аудита и внешней проверки, направленные на проверку соответствия социально-ответственной деятельности фактическим результатам). Реализация КСО в увязке со стратегическим и операционным менеджментом обеспечивает получение синергетического эффекта (рис. 4).



Рис. 4. КСО в системе стратегического и операционного менеджмента

По мнению автора, благодаря совмещению тактического и стратегического потенциалов в социально ориентированном подходе к управлению, можно обеспечить большую капитализацию компании и повышение ее конкурентоспособности в средне- и долгосрочной перспективе.

5. Комплекс мер по развитию концепции корпоративной социальной ответственности.

Исследование показало, что концепция КСО в России может эффективно развиваться лишь при условии системных усилий государства, общества и компаний. Решение проблемы массовой интеграции и постоянного использования концепций КСО лежит во многом на государственном уровне. Задача государственной политики заключается в совмещении «технологического плато» компаний с социальным и экологическим контекстом их деятельности.

В отношении политики КСО на национальном уровне государству рекомендуется повышение активности по следующим направлениям: формирование инфраструктуры процессов повышения качества жизни; использование копинг-стратегий при заимствовании удачного опыта других стран и «инсталляция культуры качества» по территориальному признаку; стимулирование экономических субъектов – агентов инноваций, организационных изменений и перемен; создание институциональной базы, которая будет обеспечивать приемлемый минимум необходимых социальных и экологических норм, который, с одной стороны, обеспечивает средний рост индикаторов эффективности КСО, а с другой, позволяет компаниям изыскивать финансирование проектов и программ в сфере КСО; модернизация образовательной политики. Учет этих рекомендаций в деятельности органов публичной власти станет катализатором роста уровня российских компаний по показателям социальной и экологической ответственности.

Эффективными мерами на институциональном уровне могут стать следующие инициативы: стимулирование роста отраслевой конкуренции посредством снижения административных барьеров и упрощения процедур; активная политика по диверсификации и снижению рисков монопрофильных городов; комплексный подход к развитию территорий; реализация программ, направленных на увеличение социального капитала и социальной защищенности; повышение значимости экономических стимулов социально ответственного поведения бизнеса; модернизация системы профессиональной переподготовки и образования под экономические запросы общества. Реализация этих рекомендаций позволит осуществить разворот коммерческого сектора в сторону повышения эффективности использования ресурса социального капитала, стимулирования роста производительности труда.

Институциональная структура должна генерировать стимулы общественного распространения идей повсеместного повышения качества жизни через устойчивое развитие корпоративных структур и поддержку всех стейкхолдеров, активно прививающих концепт КСО в российских реалиях. Успешный опыт, новация, которая обладает потенциалом приращения социального капитала или доказала свою состоятельность, должна стать общедоступным знанием, распространяясь среди всех заинтересованных сторон для последующего копирования

и совершенствования на местах. Эффективным прикладным инструментом в этом случае может стать бенчмаркинг. В российской практике компаниям рекомендовано использовать концепцию бенчмаркинга в нескольких ситуациях: поиск точек стратегического устойчивого роста, особенно в социальной области; внедрение передового опыта в различных сферах (не только в области КСО); интегрирование опыта международных стандартов качества и правил глобальной конкуренции; формирование потенциальных или будущих точек роста компании (КСО формирует платформу для использования потенциала точек роста).

Стратегии интеграции принципов КСО российскими компаниями предполагают несколько вариантов: стратегия «большого взрыва» (отказ от большинства систем и процессов, установление единого окна принципов социальной направленности бизнеса; стратегия франчайзинга (апробирование концепции КСО на отдельных участках в режиме эксперимента и перенос эффективных практик с локального участка на всю организационную структуру); стратегия «точного броска» (система принципов КСО выстраивает дизайн процессов, логистики и последовательности создания корпоративной ценности).

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате проведенного автором анализа были разработаны концептуальные основы и организационно-управленческие рекомендации по оптимизации механизма управления КСО в системе менеджмента. В частности:

1. Представлены блоки институциональной и функциональной сущности КСО, в рамках которых выделены формации инновационно-инвестиционного, цивилизационного и социально-экономического характера, решающих общественно-экономические задачи, связанные с реализацией интересов бизнес-сообществ и государственных институтов;

2. Сформированы механизмы корреляционного взаимодействия КСО и корпоративной культуры, направленные на использование потенциала синергии нематериальных активов в общей иерархической структуре социального капитала компании;

3. Разработаны положения политики КСО, инициирующей процесс повышения капитализации нематериальных активов компании, предложены подходы по конвертированию социальной репутации в финансовый ресурс, проведению долгосрочного социального инвестирования в объекты социальной, государственной и корпоративной структуры, реализации долгосрочных и среднесрочных бизнес-выгод в форме дивидендов от социальных инвестиций;

4. Сформирована система управления КСО в структуре стратегического и операционного менеджмента, которая основывается на комплексном оперировании процессами, процедурами, регламентами с целью приведения общей корпоративной структуры в соответствие с высокими ожиданиями заинтересованных участников социально-экономических отношений;

5. Предложены меры организационно-управленческого характера на институциональном, государственном и корпоративном уровнях, стратегический вектор которых заключается в совмещении «технологического плато» компаний с

социальным и экологическим контекстом их деятельности, что обеспечивает повышение эффективности использования ресурса социального капитала.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях:

1. Ватлин А.А. Корпоративная социальная ответственность и культура: генезис, синтез понятий и компетенций // Известия Юго-Западного государственного университета – 2014. – № 6. – С. 113 – 118. (0,5 п.л.).
2. Ватлин А.А. Корпоративная социальная ответственность как элемент стратегического менеджмента: анализ развития концепции // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 12. С. 176-183 (0.5 п.л.).
3. Ватлин А.А. Внутренний брендинг как элемент корпоративной социальной ответственности на предприятии промышленного назначения. // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 11. С. 180-183 (0.5 п.л.).
4. Ватлин А.А. Формирование ценностных ориентаций специалиста в высших учебных заведениях // Социология. 2010. № 3. С. 221-229 (0.5 п.л.).
5. Ватлин А.А. Анализ исследования международного опыта модернизации научно-исследовательского потенциала в системе высшего образования // Социология. 2010. № 4. С. 190-198 (0.4 п.л.).
6. Ватлин А.А. Социальные проблемы в управлении инновационными процессами высшей технической школы // Власть. 2009. № 9. С. 110-112 (0.25 п.л.).

Публикации в других изданиях:

7. Ватлин А.А. Корпоративная социальная ответственность: российская практика // Актуальные вопросы управления и экономики: Материалы Всероссийской научно-практической конференции (1-3 декабря 2014). Тамбов, 2014. С. 30-32 (0.2 п.л.).
8. Ватлин А.А. Организационно-культурный и маркетингово-деятельностный механизмы управления трудовыми ресурсами с акцентом на внутренний брендинг и эмоциональный интеллект: территориальная специфика // Устойчивое развитие территориальных систем: концепции и результаты: Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых (19-20 июня 2014 г.). Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. С. 119-123 (0.3 п.л.).
9. Ватлин А.А., Зачиняев С.Н., Сундуков А.В. Гендерное моделирование корпоративного управления и поведения в плоскости организационной культуры // Модернизация экономики и управления: II Международная научно-практическая конференция. 27 февраля 2014 г. Часть II. Ставрополь: Ставролит, 2014. С. 289-291 (0.3 п.л., вклад автора – 0.15 п.л.).
10. Ватлин А.А. Менеджмент организационной культуры с учетом ментальных особенностей сотрудников // Инновационное развитие общества в период модернизации: материалы Международной научно-практической конфе-

ренции (24 марта 2014 г.). В 3-х частях. Ч. 1. Саратов: ИЦ "Наука", 2014. С. 95-97 (0.2 п.л.).

11. Ватлин А.А. Гендерные особенности стиля управления в организации // Экономика и социум: современные модели развития общества в аспекте глобализации: материалы 3-й Международной научно-практической конференции (12 февраля 2014 г.). Саратов: "Академия бизнеса", 2014. С. 36-38 (0.2 п.л.)

12. Ватлин А.А. Гендерная дифференциация в управленческом воздействии // Начало в науке: Материалы Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов (18-19 апреля 2014 г.). Ч. 2. Уфа: Аэтерна, 2014. С. 9-10 (0.2 п.л.).

13. Ватлин А.А., Зачиняев С.Н., Сундуков А.В. Эффективный управленческий стиль менеджера: компетентностный профиль, типовые ошибки и стратегия разрешения конфликтов // XXII Международная научно-практическая конференция для студентов, аспирантов, молодых ученых. 1 февраля 2014 г. М.: АЦ "Экономика и финансы", 2014. С. 120-123 (0.3 п.л., вклад автора – 0.1 п.л.).

Подписано в печать 02.02. 2015 Формат 60×84 1/16.

Усл. печ. л. 1,0. Тираж 100 экз. Заказ 136

Юго-Западный государственный университет.

303540, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

Отпечатано в ЮЗГУ.