

УДК 330.341.2

І.А. Касабова

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВНОЙ НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ КОМПАНИИ XXI ВЕКА

АННОТАЦИЯ

Исследуются актуальные вопросы КСО и ее внедрения в компании. КСО анализируется как основной нематериальный актив компании XXI века.

АНОТАЦІЯ

Досліджуються актуальні питання КСВ та її впровадження в компанії. КСВ аналізується як основний нематеріальний актив компанії XXI століття.

ANNOTATION

The CSR and its implementation in company vital issues are researched. CSR is analyzed as a basic intangible asset in company of the 21st century.

«Ответственность» – категория социально-философская, означающая обязанность отдавать кому-либо отчет в своих действиях и их результатах. Сегодня, когда формируется общество постиндустриального типа, материальные ценности индустриализма, зацикливание на принципах экономической целесообразности отходят на второй план, уступая место парадигме человекоцентризма, социальной справедливости и экологической безопасности. С другой же стороны, ужесточение конкурентной борьбы на внутренних и глобальных рынках, подстегиваемой небывалыми прорывами научно-технического прогресса, обуславливает поиск всё новых путей выживания в «джунглях» бизнеса. Компании все чаще задумываются о нематериальных, пост-экономических формах конкуренции и завоевания рынков и репутации. Кроме того, человеческий интеллект становится самым главным источником прибыли для компаний, в связи с чем усугубляется их соперничество за персонал. В этой связи корпоративная социальная ответственность (КСО) становится мощнейшим доминантным фактором удержания славы процветающего бизнеса, успешного как с экономической, так и

социально-гуманной точки зрения. В этой извечной материально-духовной дихотомии – парадокс становления КСО как важного нематериального актива и базиса корпоративной культуры (КК) компании XXI века.

КСО – это актив, но не статичный, а динамичный. Это целая концепция, политика и деятельность по улучшению экологического состояния внешней среды в регионах экономической деятельности компаний, здравоохранению работников, промышленной безопасности, профилактике чрезвычайных ситуаций, улучшению социальных условий персонала, а также внешняя социальная активность (поддержка науки, образования, благотворительность). В конечном счете, именно КСО определяет рыночную стоимость и имидж компании.

Еще один парадокс, скрывающийся в эссенции КСО, - двойственная сущность этой категории. КСО – это так или иначе инвестиции, связанные с финансированием различных социальных, экологических, образовательных и пр. проектов. Более того, зачастую это безвозвратные издержки, меценатство, волонтерская деятельность, поэтому, с экономической точки зрения, КСО есть пассивом. Однако, если рассматривать КСО в ракурсе долгосрочных социально-экономических отношений, в основе которых лежат такие понятия, как ответственность перед людьми и природой, права человека, то КСО – это несомненно нематериальный актив компании, способный прирастить ее стоимость в долгосрочной перспективе. О значимости КСО в жизни компании и общества говорит хотя бы тот факт, что она стала одной из восьми позиций, по которым оцениваются кандидаты в список «Fortune-500».

КСО имплементируется на практике по следующим взаимосвязанным направлениям:

- формирование и укрепление имиджа и деловой репутации;
- экологическая политика и рациональное использование природных ресурсов;
- управление развитием персонала;
- здоровье, безопасность и охрана труда, соблюдение прав человека;
- эффективное взаимодействие с местными органами власти, госструктурами и общественными организациями для решения социальных проблем и многое другое.

В чем состоит диалектика связи КК и КСО? Почему КСО не просто должна быть основой корпоративной культуры, но

восприниматься как догма корпоративного управления в целом? Почему КК в компании тогда успешна, когда ее движущей силой является перманентное внедрение главной нематериальной ценности – КСО? Цель статьи – ответить на эти вопросы.

Еще совсем недавно в науке, обществе и бизнесе бытовало мнение, что главная ценность компании – люди (весьма расплывчатая формулировка). Понятие же «КСО» - более емкое и строгое, оно включает в себя уважение к людям как стейкхолдерам бизнеса: потребителям, поставщикам, акционерам, инвесторам, кредиторам (причем как нынешним, так и потенциальным), государству в целом. КСО – это и уважение к окружающей среде, природе, природным ресурсам, рациональное их использование.

Есть несколько механизмов практического внедрения КСО: социальные инвестиции, учет принципов устойчивого развития, прогнозирование социальных и экологических последствий деятельности. Кроме того, КСО может развиваться на двух хозяйственных уровнях: микро- и макроэкономическом. На микроэкономическом уровне КСО находит свое выражение в финансировании развития персонала (программы по обучению и профессиональному развитию, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление сотрудникам социального пакета, создание условий для досуга и отдыха, поддержка внутренних коммуникаций в компании, участие линейных сотрудников в принятии управленческих решений); охране здоровья и создании безопасных условий труда, проведение социально ответственной реструктуризации. Макроэкономический уровень КСО – это развитие местных общин (внедрение социальных акций поддержки социально незащищенных слоев населения, поддержка ЖКХ и объектов культурно-исторического назначения, финансирование культурных, образовательных и др. мероприятий, поддержка социально значимых исследований и проектов, участие в благотворительных акциях); добросовестная деловая практика (в т.ч. честная конкуренция), уплата налогов и др. обязательных платежей, природоохранная деятельность (экономное потребление ресурсов, утилизация отходов, предупреждение загрязнения внешней среды, экологически безопасное производство и перевозки) [3].

Если говорить о конечной цели КСО, то это достижение социально-экономической эффективности и стабильности как основ долгосрочного развития конкурентоспособной компании с сильным корпоративным духом.

Но одно дело заявить о себе как о социально ответственной компании, и совершенно другое дело – быть таковою на практике, принося в жертву краткосрочные финансовые выгоды. А если при этом учесть, что по многим историческим предпосылкам постсоветский социум априори скептически относится к бизнесу и ко всяческим его заявлениям о пользе обществу, становится понятным, почему отечественным компаниям нелегко осуществлять социальные траты и заботиться о людях и экологии. Лишь имея немалые финансовые ресурсы, компании инвестируют и тратят их на благо общества, тем самым получая взамен отличный имидж, лояльность потребителей, фискальные преференции и т.д. В условиях же ограниченности материальных средств перманентная реализация КСО обернется для компании финансовым крахом.

Зато мировая практика показывает гораздо более успешные примеры получения выгод от КСО. Есть множество компаний, которым удается зарабатывать, делая добро для общества. Свой вклад в решение тех или иных экологических или социальных проблем они конвертировали в сильный источник конкурентного преимущества. Среди наиболее ярких примеров — такие компании, как Ben & Jerry's, Newman's Own, Patagonia Body Shop и Shell Canada. В условиях насыщенных рынков, когда способы отличиться от конкурентов если не исчерпаны, то изрядно ограничены, это, по всей видимости, наиболее верный путь к устойчивому конкурентному преимуществу.

Поэтому нам необходимо менять в целом всю парадигму экономических взаимосвязей, начиная от ломки обывательского восприятия бизнеса и заканчивая выстраиванием качественно новой философии бизнеса, строящейся на предпосылке о том, что КСО – ядро корпоративной культуры, что нет корпоративного духа без корпоративной ответственности. Равно как в безответственном человеке слабы дух, нравственность и совесть, так и в компании, для которой КСО – всего лишь лозунг или PR-акция, слаб корпоративный дух (внутренняя сплоченность), что рано или поздно приведет к экономической слабости и проигрышу в конкурентной борьбе.

Реализуя программы и проекты КСО, компаниям следует помнить не только об экономических принципах окупаемости, но и объективных законах мироздания: «Богат не тот, кто много приобрел, а кто много раздал...», не забывая о «небесном депозите». Феномен «небесного депозита» состоит в том, что человек с высокой нравственностью и моралью, отдавая и не ожидая ничего взамен,

непреренно обретет больше (об этом, в частности, много раз упоминается в Библии).

Итак, КСО должна быть вплетена в систему корпоративной культуры. Тогда их синергия будет проявляться в таких формах:

- сотрудники ощущают организационную идентичность и социальную защищенность;
- четче вырисовывается вектор развития компании, ее ключевые ценности;
- появляется источник стабильности и надежности;
- у новых сотрудников появляется возможность быстрее адаптироваться и оперативно включиться в работу;
- стимулируется сознательность и высокую ответственность работников, идентифицируются их образцы для подражания, распространяется прогрессивный опыт в коллективе [2].

КСО как подсистема в системе КК состоит из следующих взаимосвязанных элементов (рис. 1):



Рис. 1. Корпоративная социальная ответственность - подсистема корпоративной культуры

КСО всегда развивается поэтапно, ступенчато. Вначале (базовый уровень) – это неукоснительное соблюдение законодательных норм, далее – проявление и реализация добровольных инициатив, направленных на решение социально-экономических, экологических, инновационных проблем, что однако носит фрагментарный характер. И, наконец, третьим этапом КСО является стратегический этап, когда КСО становится целой философией бизнеса, фактором его процветания.

Говоря еще раз о препятствиях на пути эффективной реализации КСО на микро- и макроэкономическом уровнях в нашей стране, следует вспомнить о таких проблемах, как слабо развитая институциональная инфраструктура (закрепление норм социальной ответственности на государственном уровне); разрозненность в продвижении принципов КСО среди хозяйственных субъектов; невозможность масштабного внедрения КСО в компаниях малого бизнеса; не надлежащая поддержка государством компаний, реализующих КСО; недостаточная подготовка квалифицированных кадров в области КСО; лишь фрагментарное развитие фондов социально ответственного инвестирования; слабо развитый социальный капитал в сфере КСО (доверие людей к бизнесу и КСО), о чем говорилось ранее.

На преодолении и нейтрализации этих тормозящих развитие КСО факторов нужно сконцентрировать свои усилия компаниям и государству.

Таким образом, КСО – это многофакторное полисистемное явление, особая философия бизнеса; осуществляя КСО, следует помнить, что, будучи издержками в краткосрочной, она оборачиваются перманентными экономическими и репутационными выгодами – в долгосрочной перспективе [4].

Парадигма КСО меняет привычное понимание ответственности бизнеса и существенно обогащает спектр его функций в общественном развитии. Высказывание лауреата Нобелевской премии, известного экономиста Милтона Фридмана о том, что «бизнес бизнеса есть бизнес» постепенно теряет свою актуальность. Компании перестают быть исключительно экономическими институтами, сфера их интересов перемещается в область взаимодействия с заинтересованными сторонами и участия в развитии местного сообщества, общества в целом. Вместе с тем, КСО постепенно переходит из абстрактного нравственно-

психологического понятия в эффективный инструмент стратегического управления и важнейший нематериальный актив компании.

Список літератури:

1. Декларация «Об ответственном бизнес-партнерстве» – 19.01.2011.
2. Кицак Т.Г. Диагностика корпоративної культури та оцінка її впливу на результати діяльності підприємства / Т.Г. Кицак // Проблеми економіки праці, соціально-трудоових відносин та соціального захисту населення : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, ДУ НДІ СТВ, 2008. – С.108–117.
3. Нагорнов А.В. Солнцева М.С. Исследования социальной ответственности компании// Корпоративные финансы. – 2007. – № 2. – С.112-132.
4. Петров М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения // Вестник СПбГУ. Сер. 8, 2004. Вып. 2 (16). – С. 51-68.
5. Тульчинский Г.Л. Корпоративность как социальная технология и свободы, и ответственности // Философские науки. 2009. - № 3. – С. 25-44

Отримано: 27.03.2012

УДК 339.03:69.033

С.М. Андрощук

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність та передумови побудови системи управління фінансовими ресурсами з метою підвищення її ефективності.

Ключові слова: *фінансові ресурси, система управління фінансовими ресурсами, об'єкт та суб'єкт системи управління фінансовими ресурсами.*