

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ

И. С. Милкина, студентка 5 курса экономического факультета ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева»

В статье рассмотрена роль предприятий в социально-ориентированной экономике. Охарактеризованы признаки социальной направленности экономики. Определена роль концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса

Ключевые слова: социально-ориентированная экономика, общество, предприятие, государство, корпоративная социальная ответственность

Современный этап развития экономики подчеркивает важность ее социальной направленности. Социально-ориентированная экономика предполагает форму хозяйствования, регулируемую государством и всем обществом для удовлетворения интересов не только собственников средств производства, владельцев предприятий, но также и других участников процесса, в том числе непосредственно производителей материальных благ.

Модель социально-ориентированной экономики может быть охарактеризована следующими особенностями. Во-первых, в странах, выстраивающих свою экономику по такой модели, отмечается значительное число смешанных компаний, в которых весома доля государства и государственной собственности. Во-вторых, макроэкономическое регулирование экономики со стороны государства не ограничивается только кредитно-денежной, налогово-бюджетной политикой. Регулирование и контроль осуществляются и в других важных сферах экономики, например в инвестиционной политике, в регулировании занятости населения. В-третьих, весьма важное место в проводимой политике занимают создание и поддержание справедливой конкуренции, создание благоприятных условий для среднего и малого бизнеса, поддержание соответствующей структуры в экономике [5].

Целью социально-ориентированной экономики является удовлетворение тех жизненно важных социальных нужд и потребностей граждан страны, которые не могут быть в должной степени решены рынком. На это направляется порядка одной трети ВВП развитых стран.

Основной составляющей социально-ориентированной экономики является организация, как субъект хозяйственных отношений. Предприятия должны осознать, что в экономике XXI века основной капитал – не природные ресурсы, а человеческий потенциал и доверие к компании. Среди основных тенденций развития общества можно выделить следующие: предъявление более высоких требований к социальной ответственности организаций и признание представителями бизнеса необходимости выполнения этих требований. В силу ряда объективных условий социальная ответственность бизнеса стала одним из факторов конкурентоспособности компании. [6]

Все большее влияние на репутацию и имидж организации оказывает занимаемая ею социальная позиция. Оценивая ее деятельность, общество рассматривает не только производственные и финансовые показатели, но и то, как организация ведет свою деятельность, заботится о собственных работниках, насколько ее деятельность соответствует интересам других участников рынка, местного сообщества, а также общества в целом.

В основе механизма формирования социальной зрелости субъектов управления лежит степень сформированности их социальной ответственности. Именно ее развитие выступает критерием, обеспечивающим не только экономическую эффективность организации, но и ее социальное развитие [3].

Социальная ответственность представляет деятельность по реализации не только экономических интересов и целей, но и учет социальных последствий воздействия деловой активности на персонал, потребителей и организации, совместно с которыми осуществляется та или иная деятельность, а также заботу об интересах будущих поколений.

Для повышения эффективности ведения бизнеса должны быть приняты во внимание мнение и интересы всех членов общества. В то же время голос

компании и ее мнение также должны быть услышаны и замечены широко и публично. Путь диалога и сотрудничества в обществе – это наиболее эффективный путь развития. Путь постоянных улучшений – то, к чему стремится как общество, так и бизнес.

Инвестирование в проекты в рамках концепции социальной ответственности помогает корпорациям решать задачи по защите своей репутации, поддержанию ценности брендов и доверия потребителя, привлечения и мотивации талантливых работников, управления рисками и их минимизации, получения возможностей дополнительной рекламы, а также активного участия в построении и развитии стабильной, предсказуемой и благоприятной бизнес среды. При этом недостаточно только публично провозглашать свою приверженность принципам социальной ответственности. В социально ответственном бизнесе по всем направлениям деятельности должны существовать четко поставленные цели, ясные индикаторы, системы мониторинга, аудита и постоянной корректировки и улучшения, позволяющие обществу судить об эффективности и полезности социальных программ компании, а компании – об эффективности их реализации [2].

Концепция социальной ответственности бизнеса основана на идее, что компании могут достигнуть более высокой эффективности и качества благодаря повышению степени доверия к ним со стороны общества и его членов. К социально-ориентированным предприятиям относятся предприятия:

- не имеющее извлечения прибыли в качестве главной цели своей хозяйственной деятельности. Целью является удовлетворение экономических и социальных нужд и потребностей граждан страны, региона, города, территории. В этом случае предприятие нередко имеет налоговые и иные льготы на национальном, региональном и местном уровнях;
- не распределяющее полученную прибыль между собственниками его имущества – государством, регионом, городом, территорией, гражда-

- нами и их объединениями. Такая прибыль используется исключительно для реализации социальных и других общественно полезных целей;
- обладающее широкой автономией в управлении (в первую очередь, когда это касается государственных и муниципальных предприятий);
 - поставленное под общественный контроль, прежде всего за целевым использованием государственных и иных средств, выделенных предприятию в рамках различного рода экономических и социальных программ и заказов [3].

Особую роль для поддержания социальной направленности бизнеса занимает концепция корпоративной социальной ответственности. Термин корпоративной социальной ответственности нашел широкое распространение в начале 1970-х годов, хотя организации и правительства предпринимали действия относительно различных аспектов социальной ответственности и ранее. Корпоративная социальная ответственность – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны, а также на окружающую среду. Это то, что компания делает сверх требований существующего законодательства, в дополнение к этому [1].

Такое понимание корпоративной социальной ответственности полностью отражает принятый 1 ноября 2010 года стандарт ИСО-26000. Данный стандарт разработан с учетом мнений экспертов из 120 стран и учитывает наличие специальных стандартов в области экологии (ИСО 14000), безопасности труда (OHSAS 18000), а также стандарта SA 8000, регламентирующего ответственность работодателя по отношению к своему персоналу.

На западе термин «корпоративная социальная ответственность» во многих странах уже заменен термином «устойчивое развитие», поскольку, формируя здоровое, стабильное общество, бизнес сам создает для себя благоприятные долгосрочные условия и потребителей своих услуг или товаров [2].

Внимание к вопросам социальной ответственности в прошлом ориентировалось в основном на сфере бизнеса. Точка зрения, что корпоративная социальная ответственность применима ко всем организациям, возникла, когда организации различных типов, а не только относящиеся к сфере бизнеса, осознали, что они также несут ответственность за вклад в устойчивое развитие, в том числе здоровье и благосостояние общества.

Элементы корпоративной социальной ответственности отражают ожидания общества в конкретный момент времени и, следовательно, постоянно изменяются. По мере изменения озабоченности общества, отражая эту озабоченность, меняются и его ожидания от организаций.

Раннее понимание социальной ответственности ориентировалось на филантропическую деятельность, такую как благотворительные пожертвования. Такие аспекты, как трудовые и добросовестные деловые практики возникли около века назад. Другие аспекты, такие как права человека, проблемы окружающей среды и защита прав потребителей, добавлялись с течением времени, по мере повышения внимания к ним.

Неотъемлемой характеристикой социальной ответственности является желание организации нести ответственность и быть подотчетной за воздействие ее деятельности и решений на общество и окружающую среду. Это предполагает прозрачное и этическое поведение, которое вносит вклад в устойчивое развитие, включая здоровье и благополучие общества, учитывает ожидания заинтересованных сторон, находится в соответствии с применимым законодательством и согласуется с международными нормами поведения, интегрировано в деятельность организации и применяется в ее взаимоотношениях [1].

В последние годы передовые зарубежные компании публикуют отчеты по результатам не только финансовой, но и социальной деятельности, причем данные отчеты заверяются аудиторами. Такие отчеты называются «нефинансовыми отчетами» и готовятся, как правило, в соответствии со специальными стандартами (GRI, AA 1000, AA 3000). Проверки отчетов обеспечивают достоверность изложенной информации и отсутствие скрытых негативных фактов о

компаний. Рост популярности нефинансовых отчетов подтверждается следующими фактами:

- в мире в 1992 году было опубликовано менее 100 нефинансовых отчетов, а в 2008 г. – более 3 тысяч;
- в России с 2004 г. наблюдается рост количества нефинансовых отчетов – приблизительно на 150%;
- в структуре публикуемых отчетов в 1992 году около 80% информации было посвящено экологическим аспектам, а социальной ответственности – менее 10%. В 2008 году экологическая составляющая отчетов снизилась до 10%, а социальная выросла до 70% [2].

Существуют признанные международным бизнес сообществом стандарты, которые формируют требования к содержанию отчета и процедурам сбора и консолидации данных. Предполагается, что социальный отчет обязан отражать: цели социальной политики компании; систему управления ее реализацией; показатели деятельности компании в таких областях, как трудовые отношения, безопасность и охрана труда персонала, охрана и восстановление окружающей среды, внешние социальные программы. Данная информация позволяет инвесторам прогнозировать долгосрочные перспективы бизнеса [4].

Таким образом, проблема повышения социальной ответственности заключается в преодолении противоречия между потребностями организации и ожидаемым обществом социально-значимым поведением организаций. Решению проблемы способствуют знания и использование механизмов его формирования, в числе которых ведущее место занимает концепция корпоративной социальной ответственности как необходимый атрибут системы управления. В связи с необходимостью повышения социальной ответственности, субъектам управления современными организациями важно учитывать, что требования общества к организациям становятся всё более персонифицированными. Поэтому возникают проблемы определения степени социальной ответственности организаций перед обществом в целом, обслуживаемым населением и своими ра-

ботниками, и разработки концепции социальной ответственности по отношению ко всем заинтересованным группам.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. ИСО/ПК 26000 Руководство по социальной ответственности
2. Николаева М. Корпоративная социальная ответственность или «что день грядущий нам готовит...» / М. Николаева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.km.ru/magazin/view.asp?id=4203B4132D06462_F9ED95BD44344FF76. – Загл. с экрана.
3. Рудык Э. Н. Социальное предприятие, социальная экономика, социальное государство / Э.Н. Рудык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tverd4.narod.ru/st25-2.htm>. – Загл. с экрана.
4. Тимофеев А.В. Развитие крупной компании - фактор формирования социально-ориентированной экономики / А.В. Тимофеев А.В. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – №4
5. Щербанин Ю.А. Модель социально-ориентированной экономики / Ю.А. Щербанин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://neon-market.ru/420.html>. - Загл. с экрана.
6. Юзык Л.А. Концепция устойчивого развития социально-ориентированного предприятия / Л.А. Юзык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csjournal.com/lib/analiticarticle/493-koncepcija-ustojjchivogo-razvitija-socialno.html>. – Загл. с экрана.