

## ЭКОНОМИКА

УДК 331.1, 334.02, 338.24, 369.04

Корпоративная социальная  
ответственность как решающее  
преимущество  
конкурентоспособности  
предприятия

**Ф. Н. Завьялов, А. А. Кострова***Ярославский государственный университет  
им. П. Г. Демидова**E-mail: fedzav@yandex.ru, a.kostrowa@yandex.ru**Научная статья*

В статье рассматривается структура корпоративной социальной ответственности, в которой выделяется три направления: социальное, экологическое и экономическое. Приведены особенности ее оценки в зависимости от интересов различных субъектов. Обосновывается влияние развития корпоративной социальной ответственности на повышение конкурентоспособности предприятия. Предлагается система сводных индикаторов, количественно выражающих эти направления и сгруппированных в соответствии с субъектным подходом.

*Ключевые слова:* корпоративная социальная ответственность, комфортные условия работы, достойная «белая» заработная плата, защита окружающей среды, высокий уровень охраны труда, формирование высококвалифицированного специалиста, субъектный подход

Корпоративная социальная ответственность (КСО) представляет собой новый подход к развитию бизнеса, который приобретает все большее распространение в развитых странах, так как обеспечивает эффект развития предприятия, во многом сравнимый с его модернизацией на новейшей основе. Это обусловлено двумя причинами.

*Во-первых*, за последние 10–15 лет активно происходит структурное изменение квалификационного уровня персонала в сторону все большего увеличения работающих высококлассных специалистов, занятых по большей части умственным, а не физическим трудом. К ним относятся работники роботизированных агрегатов с числовым программным обеспечением, программисты, операторы ЭВМ, операторы автоматизированных установок, осуществляющие наблюдение и регулирование работы автоматизированных

Corporate social responsibility as a  
decisive advantage of  
competitiveness of enterprises

**F. N. Zavyalov, A. A. Kostrova***P.G. Demidov Yaroslavl State University**Scientific article*

In article are considered the structure of corporate social responsibility, that consist of three directions: social, ecologic, economic. We substantiate the specificity of its evaluation depending on the interests of various subjects. The article justifies the influence of development of corporate social responsibility on increase of competitiveness of the enterprise. We suggest the system of composite indicators, quantitative conveyed this directions and grouped according to subjective approach.

*Keywords:* corporate social responsibility, comfortable conditions for work, suitably «white» salary, protections of surrounded environment, high level security of labor, forming of high qualiflicated specialist, subjective approach

**Для цитирования:** Завьялов Ф. Н., Кострова А. А. Корпоративная социальная ответственность как решающее преимущество конкурентоспособности предприятия // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Том 4, № 3. С. 315-322.

**For citation:** Zavyalov F. N., Kostrova A. A. Corporate social responsibility as a decisive advantage of competitiveness of enterprises. *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2017; 4 (3): 315-322. (in Russ.)

агрегатов, электронщики, занимающиеся настройкой вычислительной техники и нахождением сбоев в их программном обеспечении. Число таких специалистов увеличивается, они являются высокооплачиваемой категорией занятых и требуют к себе достаточно высоких стандартов уважительного отношения. Ущерб для предприятия от потери такого работника достаточно высок.

*Во-вторых*, существовавшая долгое время ориентация работы предприятия на максимизацию прибыли уже не столь эффективна, так как подобное стремление часто сопровождалось плохой организацией труда, слабым стимулированием работников на высокие результаты работы. При этом создание комфортных условий труда при достаточно высокой его оплате, поощрение креативности и инициативности дают больший результат роста производства, чем стремление к высокой доходности.

Высокая степень роботизации, информативности и наукоёмкости производственных процессов требуют использования инвестиций, направленных не на интенсификацию труда, а на его интеллектуализацию, создание условий комфорта, творческого поиска и возможностей проявления инициативности. Работник, получивший хорошее образование, имеющий интересную, перспективную работу, считающий предприятие своим «вторым домом», является более ценным ввиду своей креативности и заинтересованности в развитии предприятия.

Смена парадигмы с преимущественно финансового направления на социальное нашла свое воплощение в концепциях развития крупных предприятий США и Европы за последние 15 лет, когда произошел прорыв в IT-технологиях, компьютеризации производства, широком внедрении робототехники.

В стратегии КСО выделяется нескольких направлений:

1) **развитие человеческого капитала**, когда предприятия по согласованию с ведущими учебными заведениями уже на ранних стадиях обучения проводят отбор наиболее перспективных студентов, выделяют им высокие стипендии, предоставляют возможности прохождения практики с использованием своего оборудования, лабораторий, конструкторских возможностей. Студент уже заранее знает, где он будет работать и чем будет заниматься. При хороших результатах работы молодого специалиста руководство предприятия помогает решать жилищно-бытовые проблемы, обеспечивает возможности повышения квалификации и продвижения в карьере;

2) **создание благоприятных условий работы** в виде достойной оплаты труда, развития творческих способностей, возможности заниматься спортом, получать хорошее медицинское обслуживание, культурно развиваться, т. е. предприятие создает многостороннюю полноценную среду, в которой находятся работники, имеющие все возможности для развития. Сюда же входит создание благоприятных условий работы и отдыха: безопасность труда, удобный режим работы, нормальный психологический климат в коллективе, принципиально доброжелательное отношение руководства. Немаловажное значение имеет экологическая составляющая процессов труда и отдыха работников. Результаты исследований, проведенных компанией Walker Information, выявили прямую связь между социальной ценностью компании (эффективностью позитивного влияния на общество), ее репутацией и преданностью бренду ее потребителей. Увеличение социальной ценности компании на один пункт ведет к увеличению репутации на 0,55 пункта, в то время как увеличение экономической ценности на тот же пункт повышает репутацию лишь на 0,32 пункта [1, с. 123].

Отметим, что концепция КСО достаточно широко распространена на крупных предприятиях северной и центральной Европы, США и Канады. Остановимся на некоторых различиях, которые необходимо учитывать при ее использовании в России. Основное различие определяется ролью государства и его отношением к КСО. Американский подход традиционно основан на высокой активности бизнеса и лишь стимулирующей роли государства. Участие государства в КСО традиционно рассматривается в США и Канаде как вмешательство во внутренние дела бизнеса, что не поощряется и даже законодательно запрещено. В США крупные фирмы широко участвуют в процессе подготовки специалистов для своих нужд, повышении их квалификации, карьерном росте, стимулируют их креативность.

Бизнес, как правило, берет на себя заботу о здоровье своих работников, заключая специальные договоры с клиниками и больницами по медицинскому обслуживанию, полагая, что если работник будет много болеть и не работать, то это обойдется компании значительно дороже. Для этого используется широко развитая система страховой медицины, так как лечение в США очень дорогостоящее, поэтому часть затрат берет на себя бизнес. Широкое участие бизнеса в организации отдыха через механизм страхования позволяет оплачивать путевки на лечение и отдых.

При определенных условиях (например, при льготном кредитовании) бизнес помогает с улучшением жилищных условий интересующим его специалистам.

В отличие от США европейская система КСО строится на самой активной роли государства. В Европе, с одной стороны, достаточно значительный уровень оплаты труда и высокие налоговые нагрузки на бизнес, доходящие до 50 % и выше. Именно поэтому часть граждан, имеющих высокий заработок, получает гражданство России. С другой стороны, во многих европейских странах широко развита система государственных пособий, поэтому традиционно считается, что государство обязано больше заботиться о своих работающих гражданах. КСО в основном строится на социальной защищенности работников государством принудительным путем через высокие налоги

Система КСО в России начала развиваться сравнительно недавно, около 10 лет назад. Начало ей было положено в связи с разработкой «Базовых индикаторов результативности», которые были предложены в 2008 г. РСПП в целях продвижения идей «Социальной хартии» среди российского бизнеса [2, с. 121]. По сути, они явились новой редакцией предыдущих рекомендаций «Пять шагов по пути социальной устойчивости компаний» для оценки деятельности и подготовки нефинансовых отчетов. Появились и научные работы по этой проблеме, связанные с обоснованием проблемы стратегии развития бизнеса [3, с. 28-43].

Российская модель в основном направлена на улучшение внутренних элементов развития компании: условий труда, техники безопасности, экологичности производства (снижения шума, запыленности, задымленности и т. д.). Согласно результатам проведенного Фондом технологического развития и Региональным фондом научно-технического развития Санкт-Петербурга опроса, 9 % бизнесменов считает, что их социальная ответственность состоит в выплате «белой» заработной платы. Хотя большинство населения полагает, что бизнес должен строго соблюдать законы, выплачивать достойную официальную заработную плату, обеспечивать социальное страхование, гарантировать занятость и выплаты пенсий. Треть заявила, что бизнес несет ответственность за свою страну и ее граждан [4, с. 4].

Сделаем некоторые выводы по тем недостаткам, которые мы обнаружили в ходе анализа подходов развитых стран. Российская концепция КСО по своей структуре и роли государства напоминает скорее европейскую модель по принудительной роли последнего. Налоговая нагрузка на бизнес очень велика при низкой налоговой нагрузке на доходы физических лиц. В Европе же наоборот: низкая налоговая нагрузка на бизнес и высокая – на доходы физических лиц.

На наш взгляд, было бы целесообразным провести социальную диверсификацию налогового бремени, которая возможна пока лишь для крупных предприятий. По аналогии с американской моделью, передать полностью или частично медицинское обслуживание работников самому предприятию, но при этом снять или значительно уменьшить отчисления в фонд медицинского страхования из прибыли. Так же можно поступить с фондом социального страхования, передав его в распоряжение предприятия, снизив отчисления в этот фонд из прибыли. Тогда предприятия будут финансово заинтересованы в поддержании здоровья своих работников, чтобы как можно больше экономить на отчислениях в эти фонды.

Мы полагаем, что бизнес будет поворачиваться лицом к КСО, если ему это будет выгодно, а выгода возникнет тогда, когда предприниматель сам будет распоряжаться отчислениями во внебюджетные фонды социального и медицинского страхования. Чтобы снизить расходную часть фонда медицинского страхования, предприятие будет чаще организовывать профилактические осмотры, проводить вакцинацию во избежание будущих эпидемий, сокращая потери рабочего времени. Сейчас бизнес не может контролиро-

вать свои отчисления в фонд медицинского страхования, государство распоряжается такими средствами, и выигрывают от этого те предприятия, где работники больше болеют. Мы полагаем, что такой подход увеличит профилактическое направление в медицинском обслуживании. Можно рассмотреть некоторые направления и по другим фондам социального обслуживания.

В контексте данной работы мы предлагаем рассматривать КСО как один из важнейших факторов конкурентоспособности предприятия. Такой подход является логичным продолжением представленной в недавно выпущенной монографии «Разработка субъектного подхода для комплексного анализа конкурентоспособности предприятий в рыночной экономике» концепции анализа конкурентоспособности с позиции различных субъектов [5, с. 39-48]. В рамках данной концепции выделено шесть субъектов конкурентоспособности, которые оценивают ее уровень с учетом своих специфических интересов. Среди них: потребители продукции, поставщики ресурсов, банки, работники, конкуренты, инвесторы, деятельность которых непосредственно связана с необходимостью оценки привлекательности партнеров.

Деятельность предприятия, связанная с созданием конкурентных преимуществ для указанных субъектов, полностью входит в концепцию КСО, где разрабатываются критерии социальной ответственности менеджмента предприятия по отношению к различным субъектам. Так, для работников важно наличие на предприятии привлекательных рабочих мест, оплачиваемых достойной «белой» заработной платой, стабильность работы, наличие возможностей профессионального роста, забота руководства о культурном, физическом развитии, медицинском обслуживании и страховании. Для потребителей – производство качественной продукции и услуг, соблюдение дисциплины поставок, препятствование завышению цен. Для внешних субъектов (общества, государства, кредиторов, инвесторов и т. д.) важен имидж предприятия, который характеризуется точными и своевременными выплатами налогов и обязательных платежей, погашением кредитов и процентов по ним, выходом на международные рынки, четким соблюдением законодательства, способствованием развитию гражданского общества. Все это – грани ответственности бизнеса, а соблюдение их – его конкурентные преимущества.

В нашей статье мы ставим цель раскрыть связь концепции КСО с существующей и возможной концепцией повышения конкурентоспособности предприятия. Несмотря на то, что акцент сделан на социальном аспекте развития, мы полагаем, что он даст новые возможности повышения общей конкурентоспособности. Такие задачи, как повышение стабильности коллектива, квалификации и компетентности его руководящего состава, большие возможности и дополнительные блага в культурном обслуживании, медицинском обеспечении, социальном страховании, непосредственно связаны с ростом производства, качества его продукции, ее соответствия высоким стандартам. Количественное изучение концепции КСО позволит дать оценку ее состояния на предприятии и наметить возможные направления развития.

В европейской практике реализация концепции КСО основана на стандарте AA 1000, где собраны различные индикаторы, определяющие практически все грани работы предприятия, включая большой массив данных нефинансовой отчетности [6, с. 37-68]. Стандарт AA 1000 является одним из первых документов такого рода, который доступен всем желающим и не является чьей-либо собственностью. В нем содержатся все виды отчетности, представляемой предприятием в специализированные инстанции, начиная от налоговых органов и заканчивая организациями, осуществляющими мониторинг различных нефинансовых видов деятельности, например, отчеты по охране окружающей среды, по образованию, повышению квалификации работников, занятости, потерям рабочего времени, по социальному и техническому развитию, новой технике, рационализации и изобретательству, т. е. отчетность, содержащая ту информацию, которая предоставляется в органы статистики. В нее же входит информация, предоставляемая организацией в ФКЦБ и отражающая движение капитала и ценных бумаг, включая сведения о рискованности.

Стандарт AA 1000 дает возможность организации:

– количественно оценивать все стороны деятельности;

– иметь представление о полноте понимания организационных показателей своей деятельности и ее влиянии на внешнюю среду, а также учитывать мнение заинтересованных сторон;

– закладывать основу для формирования публичных заявлений, в соответствии с которыми будет возрастать доверие к публикуемой отчетности;

– оценивать способность организации реагировать на запросы заинтересованных сторон и тем самым рассматривать отчетность как часть постоянного взаимодействия с ними;

– учитывать не только текущую ситуацию, но и возможное ее изменение, т. е. не только то, как организация выполняет заявленную политику и достигает постоянных целей, но и то, насколько она способна соответствовать будущим стандартам и ожиданиям.

Как видно из перечня решаемых задач, АА 1000 – это полный отчет о текущей деятельности, планах организации на будущее, о резервах и возможностях ее будущего развития.

Существующие в России подходы больше соответствуют европейскому опыту, где широко используется концепция «Глобальная инициатива по отчетности» (GRI), в которой индикаторы соответствуют международным показателям экономической, социальной и экологической эффективности. Они отвечают международным рекомендациям, но приспособлены к российской системе учета и отчетности.

В выпущенной новой редакции увеличилось количество базовых индикаторов с 31 до 48. Они делятся на основные и дополнительные. Основных показателей 29, они интересны широкому кругу пользователей, начиная от бизнеса, банков, налоговых органов и заканчивая объединениями гражданского общества. Кроме того, содержится 19 дополнительных показателей, отражающих формирующиеся подходы, которые являются существенными для партнеров предприятия: потребителей, поставщиков, конкурентов, инвесторов и других заинтересованных субъектов.

Ориентация на удовлетворение потребностей и ожиданий, в том числе информационных, заинтересованных субъектов является залогом развития компании и формирования ее позитивного имиджа, а также повышения доверия со стороны внешней и приверженности со стороны внутренней среды.

Актуальность рассмотрения КСО как одного из важнейших факторов повышения конкурентоспособности предприятия диктует необходимость дополнения разработанной ранее системы аналитических показателей конкурентоспособности на основе субъектного подхода путем создания специальной системы оценок КСО, которые впоследствии будут интегрированы в имеющуюся систему частных показателей. Будем придерживаться субъектного подхода и при оценке КСО.

Предложенный подход не встречается на сегодняшний день в литературе, хотя при рассмотрении КСО неизменно упоминается необходимость учета интересов партнеров предприятия. Тем не менее предпринимаемые попытки систематизировать показатели количественной оценки КСО в большинстве своем имеют ряд недостатков:

- отсутствие четкого критерия классификации показателей;

- невозможность количественного измерения ввиду недоступности информации, отсутствия алгоритма расчета, использования нечетких формулировок в названии показателей;

- стремление к совершенствованию системы показателей оценки КСО сразу на уровне интегрированной отчетности, т. е. приоритет формы над содержанием;

- концентрация на включении показателей, характеризующих элементы корпоративного управления, стратегии, качества отчетности, прозрачности и т. п., что не является исчерпывающей и даже интересующей информацией, например, для рядовых сотрудников, а также для потребителей продукции.

В рамках предложенного подхода критерием классификации являются заинтересованные субъекты. Кроме того, будем стремиться к включению в систему преимущественно относительных показателей КСО для облегчения последующей интеграции в сводный показатель конкурентоспособности, а также таких, количественное измерение которых базируется на общедоступной либо легко получаемой информации. Целесооб-

разным считаем, что к субъектам, отношения с которыми предприятию необходимо строить с соблюдением принципов КСО и которые наиболее заинтересованы в том, с каким успехом предприятие это делает, следует отнести инвесторов, покупателей (общество), государство, работников.

Помимо указанных субъектов, в перечне субъектов, оценивающих уровень конкурентоспособности предприятия, ранее рассматривались также поставщики, кредиторы, конкуренты. Ответственность фирмы перед первыми двумя группами субъектов заключается в своевременном погашении задолженности за поставленные товары или за предоставленные во временное пользование денежные средства, включая проценты. Было бы неверным относить такую ответственность к категории корпоративной социальной ответственности, поскольку она предусмотрена в договорном порядке и изначально подразумевается в подобных финансово-хозяйственных отношениях. Показатели, оценивающие уровень выполнения данных требований, являются показателями платеже- и кредитоспособности, а также качества кредиторской и иной задолженности предприятия перед внешними партнерами и уже имеются в сформированной системе аналитических показателей конкурентоспособности [5, с. 102-105].

Таблица 1

**Субъектный подход к формированию системы показателей оценки КСО при анализе конкурентоспособности предприятия (с позиции внутренних субъектов)**

Группы факторов		Показатели
Социальные	Психологические	Доля работников, удовлетворенных трудом и заработной платой
		Уровень конфликтности
		Доля работников, получивших моральное стимулирование, награды
	Профессиональные	Коэффициент соотношения разряда работ и рабочих
		Доля работников, прошедших повышение квалификации
		Доля затрат на обучение
		Доля работников, получивших повышение по карьерной лестнице
	Корпоративные	Доля работников, охваченных коллективными соглашениями
		Доля средств на софинансирование для участников негосударственного пенсионного страхования
		Доля затрат на предоставление мест в ДОУ, содействие в приобретении жилья
		Коэффициент текучести кадров
		Доля работников, владеющих акциями компании
	Медицинские	Доля средств на медицинское страхование
		Доля средств на регулярное медицинское обслуживание
		Доля средств на санаторно-курортное лечение
		Темпы роста уровня профессиональной заболеваемости
Темпы роста уровня смертности по причине вредных работ		
Экологические	Отношение размера площадей, занятых зелеными насаждениями, к общей площади территории предприятия	
	Доля несчастных случаев	
	Доля работников, занятых на вредных работах	
	Доля затрат на охрану труда в общей величине расходов	
	Доля затрат на обучение работников в области экологической безопасности	
Экономические	Доля заработной платы, выплаченной с задержкой, в общем объеме выплаченной заработной платы	
	Коэффициент роста заработной платы	
	Доля средств на социальное страхование, социальный пакет в прибыли	
	Доля средств на премии в прибыли	

Таблица 2

**Субъектный подход к формированию системы показателей оценки КСО при анализе конкурентоспособности предприятия (с позиции внешних субъектов)**

Группы факторов	Показатели
<b>Инвесторы</b>	
<b>Социальные</b>	Доля расходов на участие в социальных проектах (имидж)
	Доля работников с высшим образованием в управленческих кадрах
	Коэффициент текучести кадров
	Доля профессионально обученных рабочих
<b>Экологические</b>	Доля затрат на охрану окружающей среды в чистой прибыли
	Доля затрат по профилактике загрязнений в чистой прибыли
<b>Экономические</b>	Доля дивидендов в чистой прибыли
	Доля выручки в общем объеме заключенных контрактов
	Доля акций трудового коллектива в общем количестве акций (доля средств работников в капитале организации)
	Коэффициент опережения роста выработки к росту среднего дохода одного работника
	Доля рынка компании к доле рынка лидера
<b>Покупатели (общество)</b>	
<b>Социальные</b>	Количество социальных проектов, в которых компания приняла участие (имидж)
	Отношение количества жалоб, связанных с качеством продукции, к Общему количеству жалоб
<b>Экологические</b>	Доля бракованной продукции
	Доля затрат по сертификации продукции, на лицензирование деятельности
	Доля экологически чистого сырья в себестоимости продукции
	Доля продукции высшего качества в общем объеме
<b>Экономические</b>	Темпы изменения цен в кризисные периоды
<b>Государство</b>	
<b>Социальные</b>	Доля вновь созданных за счет развития предпринимательства рабочих мест в общем количестве рабочих мест
	Объемы инвестиций в развитие предпринимательства в общем объеме инвестиций предприятия
	Доля принятых молодых специалистов
	Доля затрат на повышение уровня образования работников
<b>Экологические</b>	Доля затрат на рекламу экологической продукции
	Доля затрат на приобретение и обслуживание природоохранного оборудования
	Доля затрат на экологическую экспертизу
	Объем выбросов и отходов на единицу продукции
	Количество выступлений в СМИ, встреч с общественностью по экологическим вопросам
<b>Экономические</b>	Доля отчислений в бюджет в выручке
	Доля налогов предприятия в доходной части бюджета территории
	Доля налоговой задолженности в общей величине кредиторской задолженности предприятия

Для расчета ряда показателей в представленной в таблицах 1 и 2 системе требуется внутренняя информация, в том числе, например, данные опросов работников предприятия, что, однако, не представляет больших затруднений, при том, что результаты таких

опросов могут стать действенным инструментом совершенствования политики управления организацией. Кроме того, если подразумевать, что оценка КСО проводится «изнутри», доступность информации в этом случае является достаточно высокой, а указанные показатели могут быть включены в информацию, предоставляемую внешним субъектам, в том числе для улучшения имиджа компании и повышения конкурентоспособности.

При группировке показателей внутри блоков для заинтересованных субъектов будем придерживаться существующего подхода и объединим их в три группы: социальные, экологические и экономические, что позволит полноценно охватить все важнейшие аспекты деятельности организации в области КСО.

Поясним, что если в названии показателя не указано, по отношению к какому базовому показателю рассчитывается доля, то следует понимать, что доля работников рассчитывается по отношению к среднесписочной численности, доля затрат и направленных средств – к общей величине затрат предприятия.

Подводя итоги, можно отметить, что КСО на сегодняшний день становится неотъемлемым компонентом успешности предприятия и важнейшим фактором повышения его конкурентоспособности. Рассматривать эти категории в отрыве друг от друга – значит лишать их смысла и возможности влиять на улучшение благосостояния не только самой фирмы, но и ее ближайшего окружения, а также общества в целом. Количественная оценка показателей, характеризующих уровень КСО, позволяет проводить мониторинг развития организации со стороны внутреннего контроля, влияния на конкурентоспособность с позиции имеющихся и потенциальных внешних партнеров, предоставлять внешнему окружению прозрачную информацию о деятельности предприятия для принятия грамотных управленческих решений, а также получать информацию об опыте КСО ведущих предприятий.

### Ссылки / Reference

- [1] Родионова Л. Н., Адуллина Л. Р. Устойчивое развитие промышленного предприятия: термины и определения. URL: <http://www.ogbas.ru>.
- [2] Базовые регуляторы результативности: рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности / Ф. Прокопов, Е. Феоктистова и др.; под ред. А. Шохина. М.: РСПП, 2008.
- [3] Благоев Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность и стратегия предприятия / Стратегическое планирование развития предприятия. М.: ЦЭМИ РАН, 2009. С. 28-43.
- [4] Фурсенко А. А. Российский фонд технологического развития и Региональный фонд научно-технического развития. С.-Петербург: 6 лет взаимодействия. URL: <http://www.inago.ru>.
- [5] Кострова А. А., Завьялов Ф. Н. Разработка субъектного подхода для комплексного анализа конкурентоспособности предприятий в рыночной экономике. Ярославль: Филигрань, 2016. 156 с.