МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Посвящается 135-летию ТГУ
50-летию экономического факультета
45-летию кафедры
системного менеджмента
и экономики предпринимательства
экономического факультета ТГУ

МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА: ПАРАДИГМЫ, КОНЦЕПЦИИ, МЕТАФОРЫ

Материалы
III Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием

Томск
2013

причинами такого положения, прежде всего, являются слабость финансового рынка, неразвитость корпоративного права, низкая информированность населения, отсутствие соответствующей инфраструктуры, а также недоверие потенциальных инвесторов и отсутствие традиций.

Инвесторы не имеют возможности оценить, насколько компания ответственна в своих взаимоотношениях с сотрудниками, окружающей средой и потребителями, насколько ее деятельность соответствует установленным стандартам. Это ни в коем случае не показатель того, что в России нет социально-ответственных компаний, скорее, причина кроется в низкой информационной прозрачности деятельности этих компаний и невысокой осведомленности о социально-ответственном инвестировании. Соответственно, получается, что с одной стороны, общество и государство не проявляют внимания к социальным, экологическим и этическим аспектам деятельности российских компаний, а, с другой стороны, нет такого интереса и у самих компаний. При этом, как только речь заходит о возможности IPO, компании срочно переходят на международные стандарты отчетности, реорганизуют свой малопрозрачный бизнес, улучшают практику корпоративного управления, выпускают отчеты о своей социальной деятельности и т.д. [3].

Таким образом, в России встает вопрос о создании инфраструктуры и институтов, которые бы мотивировали на ведение социально-ответственного бизнеса и социально-ответственного инвестирования. Осознание необходимости социальной ответственности на уровне государства и организаций – это действенный инструмент улучшения корпоративной практики российских компаний, который также является условием устойчивого развития финансового рынка и российской экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Смирнова К.* Обзор «Социально-ответственное инвестирование. Опыт развитых стран» / под ред. Д. Шейман. 2011. 28 с.

2. *Дружинина Е.О.* Развитие инвестиций в контексте социально-ответственного бизнеса. 2011. 12 с.

3. *Бахтараева К.* Социально ответственные инвестиции: маркетинговый ход или будущее финансового рынка? // Рынок Ценных Бумаг. 2006. № 11.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА[1]

А.И. Голованов

Томский государственный университет

Социальная ответственность бизнеса до сих пор остается предметом споров в научных и деловых кругах. В современной экономической теории существует мнение, что термин «корпоративная социальная ответственность» (КСО) появился в 90-х гг. XX века, с признанием глобализации в качестве доминирующей концепции мирового развития. Однако это не совсем верно.

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ (Корпоративная социальная политика: модельное представление, оценка эффективности), проект № 13-32-01004.

На протяжении последних 30 лет в менеджменте доминирует идея обособленности бизнеса от социальных проблем общества, которая была впервые обоснована в работах М. Фридмана, и позже получила название «теории корпоративного эгоизма». Он писал: «Существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры» [1]. Под правилами игры в данном контексте понимается установленные государством нормы хозяйствования экономических субъектов: обеспечения приемлемого уровня заработной платы, организация оптимальных условий и безопасности труда, выполнение налоговых обязательств, следование экологическим стандартам и т.д. Таким образом, полагается, если компания ведет добросовестную деловую практику, следовательно, является социально ответственной.

Несколько позже появилась «теория просвещенного эгоизма», в которой КСО отождествляется со спонсорством и благотворительностью как разновидностью социального инвестирования. Действительно, многие руководители, особенно крупных транснациональных корпораций, поддавшись новомодной тенденции, стали за счет собственной прибыли активно финансировать социально значимые проекты по всему миру, в частности в развивающихся странах и странах Африки. Апогеем развития теории стала идея о том, что социальная ответственность, в том числе сокращение прибыли компании за счет социально ориентированных трат, создает еще одну возможность для генерирования стоимости [2].

Современная концепция КСО, распространенная на Западе, все же показывает стремление компаний добровольно и самостоятельно решать наиболее насущные проблемы общества. Европейская Комиссия дает такое определение КСО: «Корпоративная социальная ответственность, по своей сути, является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды» [3]. Иными словами сегодня КСО включает два основных направления:

1. Развитие социально-экономических отношений, частью которых являются социально-трудовые отношения.

2. Обеспечение экологической безопасности.

Тем не менее, по мнению большинства руководителей и акционеров, социальная ответственность – это форма скрытого налога, который сдерживает процесс создания стоимости капиталом. Действительно, довольно сложно на конкретных примерах подтвердить снижение затрат или рост доходов компании, сочетающей бизнес с общественной пользой. Споры вокруг этой проблемы не утихают, потому что ни одна из сторон не может привести убедительных доводов в свою пользу.

Существующая концепция создания стоимости во многом устарела и требует переосмысления. Компании видят цель своей деятельности исключительно в достижении краткосрочных финансовых показателей, максимизация прибыли и акционерного капитала превратилась в самоцель. Потребности общества давно отошли на второй план. Социально-экономической «близорукостью» страдает не только бизнес, но и государства. Политика многих стран меняется от выборов к выборам, в стороне остаются такие важнейшие проблемы: конкурентоспособность экономики, здравоохранение, образование, экология. Инвестиции в социально значимые отрасли стали рассматриваться как нерентабельные, поскольку эффект от вложений отсрочен.

Сложившаяся ситуация уникальна: и у государства, и у бизнеса, и у общества существует недоверие друг к другу. Круг замкнулся. Подобное положение дел было не всегда. Раньше бизнес выполнял самые разные роли, поддерживая тесную связь с местными сообществами. На определенном этапе сроки инвестирования стали со-

кращаться, изменились и представления об их целесообразности, стал практиковаться аутсорсинг и офшоринг, компании превратились из национальных в глобальные. При близком рассмотрении идеи КСО далеко не новы, в истории существовали (и существуют) успешные примеры взаимодействия бизнеса и общества: их необходимо лишь реанимировать и адаптировать к текущим реалиям.

Важным направлением исследования является взаимозависимость КСО и производительности труда. Рассматривая данный вопрос с позиции «концепции создания общих ценностей», предложенной М. Портером, современные рынки формируются не только экономическими, но и социальными потребностями [4]. Слабости и проблемы общества напрямую отражаются на государстве и бизнесе, и наоборот. Непроизводительные затраты сырья и энергии, дополнительное профессиональное обучение, восполняющее изъяны базового образования, отсутствие профилактики здоровья, приводящее к дополнительным затратам по медицинским страховкам; – все эти факторы прямо негативно влияют на уровень производительности труда.

Задача роста производительности труда сегодня также не должна рассматриваться в отрыве от социальных потребностей общества, основываясь исключительно на производительной силе труда, а также степени его интенсивности. Производительность труда наряду с экономическим обоснованием должна учитывать еще и социальные параметры: обеспечение возможности развития, самосовершенствования человека в процессе труда, расширение производственного профиля, формирование позитивного социального климата в трудовых коллективах, усиление социально-политической активности и совершенствование всего образа жизни.

Производительным может считаться только такой труд, который обеспечивает благоприятные и безопасные условия, достаточную содержательность труда и соблюдение границ его разделения, возможность всестороннего развития умственных и физических сил и способностей человека в процессе труда (рис. 1). Если перечисленные требования не соблюдаются, то неизбежно снижаются и темпы роста его производительности.

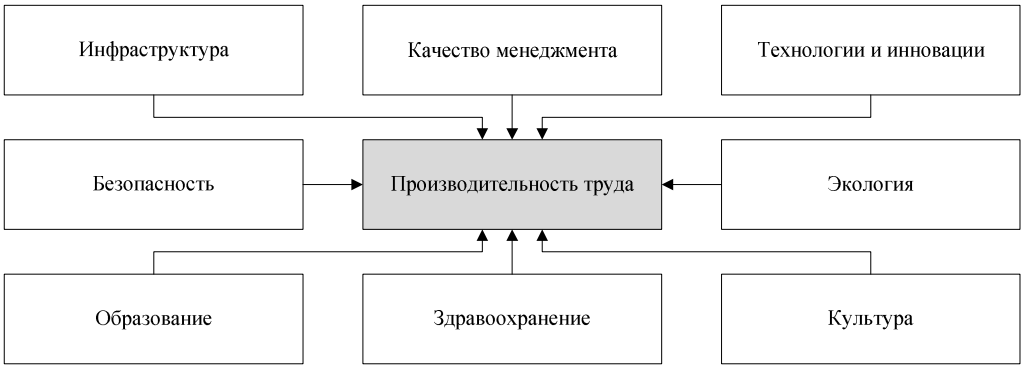

Рис. 1. Социальные факторы и производительность труда

Данная тема крайне актуальна для российской экономики, совокупная производительность труда в которой составляет около 30% от уровня США [5]. Наряду с проведением государственной политики по снижению административных барьеров, стимулированию конкуренции и комплексного обновления инфраструктуры (эффективность государственной социально-экономической политики сама по себе является крайне обширной темой для исследования), реализация программ КСО в рам-

ках частного сектора может значительно ускорить решение многих социально значимых проблем, в том числе и росту производительности труда.

Сегодня проблема социальной ответственности бизнеса приобретает все большую значимость, и общество все более жестко формулирует свои ожидания. Происходит это по целому ряду причин:

1. Ввиду целого ряда общественно-политических тенденций принципиально изменяющих жизнь людей, регионов и общества в целом, в частности возрастающим социальным неравенством, обеспокоенностью проблемами безопасности, демографическими сдвигами, истощения ресурсов и ухудшения экологической обстановки и т.д.

2. Ввиду усиливающегося влияния все более мощных групп интересов политических и бизнес элит.

Между бизнесом и обществом всегда существовал договор (рис. 2). С одной стороны он представлен в виде законов и регулирующих норм, нарушение которых приводит к очевидным юридическим последствиям. С другой – носит полуформальный характер: ожидания следованию общемировым стандартам в сфере охраны труда и окружающей среды, следования отраслевым нормам и правилам ведения бизнеса и т.д. Неспособность или нежелание бизнеса пойти навстречу группам интересов вызывает их немедленные ответные действия.

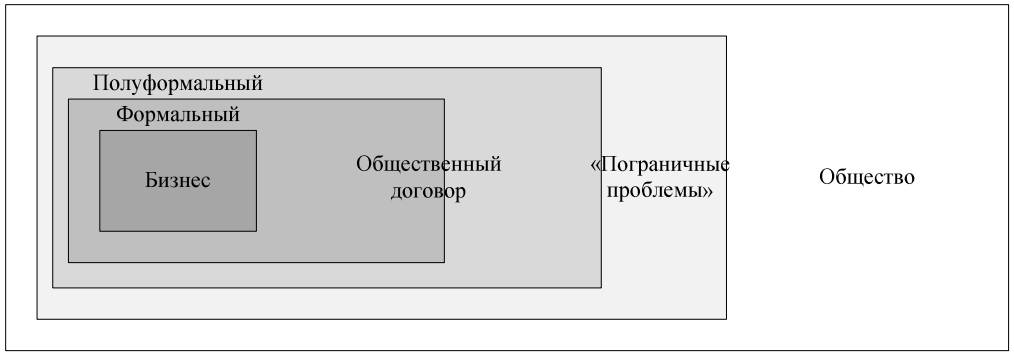

Рис. 2. Структура общественного договора

Общественный договор постоянно изменяется – это заложено в самой его сути. Часто некая проблема вызревает в обществе, к ней складывается определенное отношение, а затем уже появляются соответствующие законодательные нормы. Точно так же иногда правовые нормы дерегулируются, превращаясь в полуформальные [6].

Бизнес должен изменить свое отношение к социально значимым вопросам, в особенности в тех случаях, когда общество само не способно инициировать перемены, а правительства не решаются. Компаниям важно выстраивать свои стратегии КСО по трем причинам:

1. Нарастающие социально-экономические тенденции могут кардинальным образом изменить правила игры как в отдельной отрасли, так и во всей экономике в целом. Ярким примером является недавно принятый в нашей стране антитабачный закон. Доступность табачных изделий, подкрепленная массированной рекламной поддержкой, привела к тому, что ежегодно в России из-за курения умирает до 400 тыс. чел. Снижение потребления табачной продукции на 10% даст экономический эффект от сохранения здоровья граждан в размере не менее 250 млрд. руб. до 2020 г. [7].

2. Игнорирование частным сектором социальных проблем общества может подорвать не только финансовое положение, но и репутацию. Взрыв на нефтяной

платформе Deepwater Horizon в апреле 2010 г. обернулся крупнейшей экологической катастрофой в истории США. По словам главы British Petroleum Боба Дадли, к настоящему моменту расходы компании, связанные с катастрофой в Мексиканском заливе, превысили 24 млрд долл. [8].

3. Изменяющаяся общественная или политическая ситуация могут способствовать росту производительности труда и конкурентоспособности: появляются новые возможности создания цепочек стоимости. General Electric разработала дешевую аппаратуру диагностической визуализации для обслуживания малоимущих слоев населения Индии и Китая. Разработки позволили радикально усовершенствовать процесс проектирования и создать новые продукты, которые пользуются все большим спросом и в развитых странах [9].

Исходя из сказанного, напрашивается вывод: бизнес вынужден постоянно заключать с обществом сложные компромиссы. В электроэнергетике три цели, низкие цены, надежность поставок и экологичность, всегда будут противоречить друг другу. Неизбежны конфликты, например, в фармацевтической отрасли: здесь сталкиваются соображения доступности лекарств, их безопасности и необходимости инноваций.

Сегодня бизнес должен перейти к новой парадигме: компании могут реализовывать программы КСО путем создания стоимости, работая на благо общества. Возвращаясь к теории М. Портера, реализовать это возможно совокупностью трех следующим способов [4]:

1. Переосмыслить с точки зрения интересов общества свою продукцию и рынки.
2. По-новому определить производительность цепочки создания стоимости.
3. Формировать кластеры, усиливать сотрудничество и кооперацию.

Потребности современного общества огромны: питание, жилье, здравоохранение, образование и т.д. Лишь не многие компании задаются вопросом: устраивают ли потребителя их продукция и услуги? Например, продовольственные компании раньше считали главным обеспечить потребителей обилием и разнообразием различных товаров, теперь же они видят, что на первый план выходит идея здорового питания, что вынуждает их перестраивать свои стратегии.

Огромные перспективы открываются перед компаниями, повернувшимися лицом к неблагополучным слоям населения, регионам и развивающимся странам. Но недавнего времени никто не рассматривал их как выгодные рынки, несмотря на тот факт, что их социальные проблемы требуют немедленного решения. Сегодня, например, в центре внимания большинства компаний находятся рынки Индии и Китая. У них есть шанс охватить миллиарды новых покупателей, стоящих у основания пирамиды доходов. Предоставить малоимущим и нуждающимся адекватную продукцию по низкой цене будет выгодно и обществу, и принесет хорошую прибыль компаниям. Данную идею в течение многих лет развивал индийский экономист К.К. Прахалад [10].

Выстраивая свою цепочку создания стоимости, любая компания неизбежно соприкасается с важнейшими для общества проблемами, и что важнее всего – сама испытывает их на себе. Концепция КСО выявляет гораздо более тесную связь между социальным прогрессом и производительностью всей цепочки создания стоимости. Синергетический эффект возрастает, если компании начинают подходить к решению социальных проблема с точки зрения общих ценностей. В частности глубокое понимание механизма производительности и смена парадигмы «квартальной эффективности» на долгосрочное устойчивое развитие может навести на новые неожиданные идеи.

Сегодня многие компании понимают, что достойный уровень заработной платы, безопасность труда, оздоровительные программы, профподготовка и возможность

продвижения по службе положительно сказываются на производительности труда. На Западе до последнего времени многие компании предпочитали минимизировать затраты на медицинскую страховку для сотрудников, либо вовсе отказывались от нее. Тем не менее, эмпирически доказано, что неявка людей на работу по причине болезни и снижение эффективности по причине нездоровья обходятся значительно дороже. Американская компания Johnson & Johnson, инвестируя в оздоровительные программы и помогая сотрудникам бросить курить, сэкономила 250 млн. долл. [4]. Люди стали реже болеть и эффективнее работать.

Следование экологическим стандартам, сокращая выбросы, компании повышают свои издержки. На протяжении долгого времени подобная практика рассматривала в рамках «необходимого зла», ввиду жестких штрафных санкций, существующих на законодательном уровне. Сейчас в лидеры делового мира думают иначе: соответствовать экологическим стандартам можно за счет совершенствования технологий, разработка которых хоть и требуют определенных затрат, но в тоже время позволяют снижать многие статьи расходов благодаря более полному использованию ресурсов, повышению производительности и качества.

Многие общественные проблемы столь глубоки и сложны, что решить их в одиночку ни под силу ни одной компании. Современному бизнесу важно научиться налаживать взаимодействие с партнерами и конкурентами для решения назревших проблем и поиска новых путей развития своих отраслей. На Западе развитие кооперативного движения уже давно является обыденной практикой. Но даже там налаживание сотрудничества между организациями с разными корпоративными культурами – дело непростое и долгое. Например, у компании Nike и ряда других производителей одежды ушло около семи лет на создание Fair Labor Association, которая защищает права сотрудников и следит за улучшением условий труда [6].

Самодостаточных компаний не бывает. Успех любого предприятия зависит от качества инфраструктуры и вспомогательных предприятий. На производительность огромное влияние оказывают кластеры: сосредоточение в одном месте смежных фирм, поставщиков, провайдеров услуг, учебные заведения, торговые ассоциации и т.д. Несомненно, самым знаменитым является ИТ-кластер в Силиконовой долине.

Появление эффективных моделей создания кластеров может стать прорывом в области КСО. Благодаря кооперации развивается рационализаторство, растет производительность. Компании, входящие в кластер, испытывают на себе местные проблемы. Если существуют изъяны в системе государственного образования – ниже производительность труда и выше затраты на профессиональное обучение; плохая транспортная инфраструктура – высокие затраты на логистику и т.д.

Теоретики современно менеджмента практически не занимались теорией кластеров. Многие программы экономического развития провалились потому, что меры поддержки не учитывали среду, которая нуждалась в дополнительных инвестициях. При создании кластеров главное – сформировать прозрачные и открытые рынки. На неразвитых или монополизированных рынках – эффективность низка. Взаимозависимость между благополучием компаний и процветанием сообщества крепнет, если они создает кластеры в местах своей основной дислокации. Рост бизнеса влечет создание рабочих мест во вспомогательных отраслях, появляются новые предприятия, возрастает спрос на услуги [11].

Фактически подобный подход влечет за собой новый подход к управлению – междисциплинарный. В силу разделения экономических и общественных интересов люди, занятые в государственном и частном секторах имеют различные взгляды на общественные потребности. Управленцы плохо понимают социальные и экологические проблемы и не могут смотреть на вещи шире, чем того требует теория и прак-

тика социальной ответственности бизнеса, а у большинства лидеров общественного сектора отсутствует необходимая управленческая подготовка и предпринимательская хватки, без которых невозможно разрабатывать эффективные модели общественного преобразования. Данную проблему также важно решать, и начать необходимо с внесения изменений в программу профессионального образования.

Суть современных стратегий КСО заключается в том, чтобы занять особое положение на рынке и выстроить цепочку создания стоимости, которая позволит удерживать эти позиции. Все три описанных способа создания ценностей взаимосвязаны. Выстраивание эффективной корпоративной политики должно способствовать получению прибыли, преумножая общественные блага. Современные программы КСО должны быть основаны не на благотворительности, а на глубоком понимании потребностей общества, механизмов конкуренции и создания стоимости. Это даст возможность бизнесу направить свой ресурсы, опыт, управленческие способности, чтобы инициировать общественный прогресс.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Friedman M.* The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits [Electronic resource] // The New York Times Magazine. Sep. 13, 1970. URL: http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf.

2. *Благов Ю.Е.* Корпоративная социальная ответственность. Эволюция концепции. М. : Высшая школа менеджмента, 2011. 272 с.

3. *Коротков Э.М.* Корпоративная социальная ответственность. М. : Юрайт, 2013. 448 с.

4. *Porter M.E., Kramer M.R.* Creating Shared Value // Harvard Business Review. 2011. № 1. P. 62–77.

5. *Солженицын Е., Швакман И.* Производительность труда в России: как добиться прорыва // Harvard Business Review Россия. 2010. № 6. С. 48–56.

6. *Бонини Ш., Мендонца Л., Оппенхайм Дж.* Когда социальные проблемы становятся стратегическими // Вестник Mckinsey. 2006. № 2. С. 81–93.

7. *Антитабачный* закон: повезло ли российским курильщикам [Электронный ресурс] / РБК. 04 Апр. 2013. URL: http://top.rbc.ru/society/09/04/2013/853062.shtml.

8. *British* Petroleum выплатит за аварию в Мексиканском заливе 8,5 млрд долларов [Электронный ресурс] / Российская Газета. 08 Мар. 2013. URL: http://www.rg.ru/2013/03/08/bp-anons.html.

9. *Бартон Д.* Капитализм, нацеленный в будущее // Harvard Business Review Россия. 2011. № 5. С. 78–86.

10. *Прахалад К.К.* Конкурируя за будущее / К.К. Прахалад, Г. Хамел. М. : Олимп-Бизнес, 2002. 288 с.

11. *Кузнецова О.В.* Системная диагностика экономики региона. М. : Либроком, 2010.

ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Н.С. Савич

Кубанский государственный аграрный университет

Во времена командно-административной системы управления задача планирования была возведена в ранг закона. При этом государство по отношению к предприятию выступало в качестве заказчика, поставщика и инвестора. Это обстоятельство обеспечивало высокую степень определенности и значительно облегчало задачу планирования. Вероятно, по политическим соображениям, проблема планирования в экономике была незаслуженно забыта. В первую очередь это было вызвано пониманием рыночных процессов, как стихийных и неуправляемых. В условиях рынка, роль планирования предприятиями своей деятельности значительно возрастает, особенно после вступления России в ВТО.