

Роль и значимость социальной ответственности бизнеса в металлургической отрасли промышленности

Ю.А. Скоробогатова^{1а}, А.Ф. Шуплецов^{1б}, Е.М. Лукина^{2с}

¹ Байкальский государственный университет, ул. Ленина, 11, Иркутск, Россия

² ИП Панафидин В.Б.

^а SkorobogatovaYA@bgu.ru, ^б ShupletsovAF@bgu.ru, ^с Lukina.mail.box@gmail.com

^а <https://orcid.org/0009-0007-3672-5635>, ^б <https://orcid.org/0000-0002-9595-9163>,

^с <https://orcid.org/0000-0002-9595-9163>

Статья поступила 02.09.2024, принята 20.09.2024

Социальная ответственность и конкурентоспособность в бизнесе взаимосвязаны. Добровольно нести дополнительные расходы на активизацию и развитие социальной политики компании – это направление, которое в последнее время в экономических отношениях получило новый виток. В первую очередь это добровольное исполнение мер, направленных на улучшение качества жизни работников компании, благодаря чему в бизнесе стабилизируется внутренняя обстановка, снижается текучесть кадров, повышается социальная ответственность бизнеса, возрастает общественное доверие к компании. Все это работает на укрепление и повышение деловой репутации бизнеса в целом. Значимым фактором обозначенной темы исследования был и остается человеческий капитал. Он играет важную роль в мероприятиях по повышению конкурентоспособности бизнеса. Построение и реализация новых моделей социально ответственного поведения субъектов экономических отношений, устойчивых к неблагоприятным условиям экономических преобразований, актуальны и значимы в современных условиях высокой и динамичной конкуренции. В статье рассматривается связь между условиями труда и их влиянием на повышение стимулов работников к максимальной реализации своего трудового потенциала в промышленной компании. В рамках исследования были изучены и систематизированы основные принципы построения системы корпоративной социальной ответственности (КСО), выделены базовые этапы ее внедрения, сформулированы качественные показатели КСО компании, проанализированы направления деятельности российских металлургических компаний в области корпоративной социальной ответственности. Для оценки уровня социальной ответственности компании и степени удовлетворенности работников в статье представлен анализ действующей корпоративной социальной ответственности на предприятии, проведено исследование степени удовлетворенности работников компании условиями труда, сделаны основные выводы по теме исследования.

Ключевые слова: социальная ответственность; бизнес; корпоративная культура; репутация компании; экономическая эффективность; металлургическая промышленность.

The role and significance of social responsibility of business in the metallurgical industry

Yu.A. Skorobogatova^{1а}, A.F. Shupletsov^{1б}, E.M. Lukina^{2с}

¹ Baikal State University; 11, Lenin St., Irkutsk, Russia

² IE Panafidin V.B.

^а SkorobogatovaYA@bgu.ru, ^б ShupletsovAF@bgu.ru, ^с Lukina.mail.box@gmail.com

^а <https://orcid.org/0009-0007-3672-5635>, ^б <https://orcid.org/0000-0002-9595-9163>,

^с <https://orcid.org/0000-0002-9595-9163>

Received 02.09.2024, accepted 20.09.2024

Social responsibility and competitiveness in business are interconnected. Voluntarily incurring additional costs to intensify and develop the company's social policy is an area that has recently received a new turn in economic relations. First of all, this is the voluntary implementation of measures aimed at improving the quality of life of the company's employees, due to which the internal situation in the business is stabilized, staff turnover is reduced, the social responsibility of the business is increased, and public trust in the company increases. All this works to strengthen and increase the business reputation of the business as a whole. Human capital has been and remains a significant factor in the identified research topic. It plays an important role in measures to improve business competitiveness. The construction and implementation of new models of socially responsible behavior of subjects of economic relations, resistant to unfavorable conditions of economic transformations, is relevant and significant in modern conditions of high and dynamic competition. The article examines the connection between working conditions and their impact on increasing incentives for workers to realize their maximum labor potential in an industrial company. As part of the study, the basic principles of building a system of corporate social respon-

sibility are studied and systematized, the basic stages of its implementation are identified, the qualitative indicators of the company's CSR are formulated, and the areas of activity of Russian metallurgical companies in the field of corporate social responsibility are analyzed. To assess the level of social responsibility of the company and the degree of employee satisfaction, the article presents an analysis of the current corporate social responsibility at the enterprise, a study of the degree of satisfaction of the company's employees with working conditions is conducted, and the main conclusions on the research topic are made.

Keywords: social responsibility; business; corporate culture; company reputation; economic efficiency; metallurgical industry.

Введение. Процесс становления и развития концепции социальной ответственности имеет длительную историю, однако при этом до сих пор не существует единого подхода к определению понятия «социальная ответственность» и конкретной ее трансформации в «корпоративную социальную ответственность».

Социальная ответственность в экономическом ее смысле отлична от юридической. Это понятие охватывает проблемы экологии, социальной справедливости, равноправия и др. Ответственность организаций обязана проявляться в финансовых, общественных, экологических направлениях [2].

Реализация на практике мер социальной ответственности², причины, по которым бизнес стремится ее реализовать, рассматриваются достаточно давно отечественными и зарубежными исследователями. Накоплен соответствующий опыт — как положительный, так и нуждающийся в доработках.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) — это соответствующая направлению развития компании, пересматриваемая сумма обязательств, основанная на добровольном начале заинтересованных сторон, принимающая во внимание мнение сотрудников и акционеров, реализуемая в значительной части за счет средств организации и, в конечном итоге, преследующая цель реализовывать как внутренние, так и внешние социальные программы, результат которых позитивно воздействует на повышение репутации компании, рост ее производительности, повышение качества предоставляемой продукции или услуг, способствует расширению взаимодействия с властями, местными сообществами, партнерами по бизнесу [3].

Анализируя эволюцию концепции КСО в литературе, выделим следующие ее этапы: предпосылки возникновения (1940), зарождение КСО (1950–60 гг.), классические концепции (1970), корпоративная социальная восприимчивость (с 1970 г.), стейкхолдерский подход (1980), современные концепции (с 1990 г. до настоящего времени) [4].

В период зарождения в работах Г. Боуэна (1953) корпоративная социальная ответственность рас-

сматривалась как социальная ответственность бизнесмена. Основными инструментами ее реализации считались благотворительность, меценатство, социальные инициативы. В последующем произошла трансформация этих представлений. Появились новые институты и возможность рассматривать социальную ответственность с позиции устойчивости развития корпораций. «Некоторые социально ответственные решения бизнеса могли быть тщательно проанализированы и объяснены как предоставляющие хорошие перспективы для получения фирмой долгосрочного экономического эффекта», заключающегося в повышении конкурентоспособности [2].

Чуть позже Эдвард Фриман ввел в оборот «стратегический менеджмент: стейкхолдерский подход», или, иначе, «теория заинтересованных сторон». Способ реализации процессов управления через влияние на деятельность компании или наоборот. При этом руководство компании не должно уделять чрезмерное внимание незначительным стейкхолдерам, которые в среднесрочной перспективе не могут повлиять на устойчивость компании. Эта идея стала развиваться с опорой на «теорию справедливости» Д. Ролза [5, с. 45].

Концепция восприимчивости была пересмотрена в статье «Эволюция корпоративной социальной деятельности», где С. Вартик и Ф. Кохрен ввели в оборот новое понятие «социальная политика», с помощью которой осуществляется социальная деятельность, определив ее как «основополагающую взаимосвязь между принципами корпоративной социальной ответственности, процессом социальной восприимчивости и корпоративной стратегией» [6, с. 20].

В 1990-е гг. начал формироваться объединенный подход, в рамках которого исследователи Андриоф и Макинтош определяли КСО с точки зрения корпоративного гражданства, особенностью которого были как соблюдение прав человека и выполнение обязательств перед сотрудниками, так и выходящие за рамки бизнеса обязательства в измерениях: финансы, экология, социум. Достоинством такого подхода стала ликвидация противоречий между интересами бизнеса и общества [7].

До 2000 г. в российской экономике понятие «корпоративная социальная ответственность» большинству представителей бизнеса было малоизвестно. На

² Далее по тексту термин «социальная ответственность» применяется к субъектам экономических отношений более широко, как «корпоративная социальная ответственность», имея в виду как внутреннее, так внешнее окружение субъекта предпринимательской деятельности.

практике они ограничивались благотворительностью, спонсорской помощью. Интерес к выработке политики социальной ответственности и участию в жизни общества в связи с активным выходом на международный рынок в российских компаниях стал повышаться.

В настоящее время субъекты социально ответственного бизнеса в России реализуют социальные инвестиции [8]. Здесь есть особенности: выраженная необходимость поддержки бизнесом социальной сферы территории; сильное давление со стороны государства и местных органов власти на активизацию такой поддержки крупными компаниями. Правительство определило социальную ответственность как взаимодействие бизнеса с государством и обществом [9].

При выборе стратегии социальной ответственности руководству компании следует обратить внимание на потенциальные опасности, слишком завышенные ожидания со стороны общества и правительства, позволяющие расценить бизнес как способ закрыть недостаток средств в бюджете; слишком

заниженные представления компании о возможностях осуществления социальной политики; неспособность отличить следствия от причин социальных проблем и направлять меры на борьбу со следствиями [10].

При имеющихся достоинствах применения концепции корпоративной социальной ответственности имеется и ряд недостатков: рост издержек и снижение прибыли компании; необходимость установления более высокой цены на продукцию. Можно утверждать, что на данном этапе формирования концепции корпоративной социальной ответственности актуальными задачами являются решение вопросов корпоративной социальной ответственности компании, разработка стратегии компании с учетом корпоративной социальной ответственности, снижение нагрузки от деятельности компании на окружающую среду [11].

Специалисты выделяют четыре этапа внедрения КСО (рис. 1): правовой; функциональный; стратегический; гражданский [12].

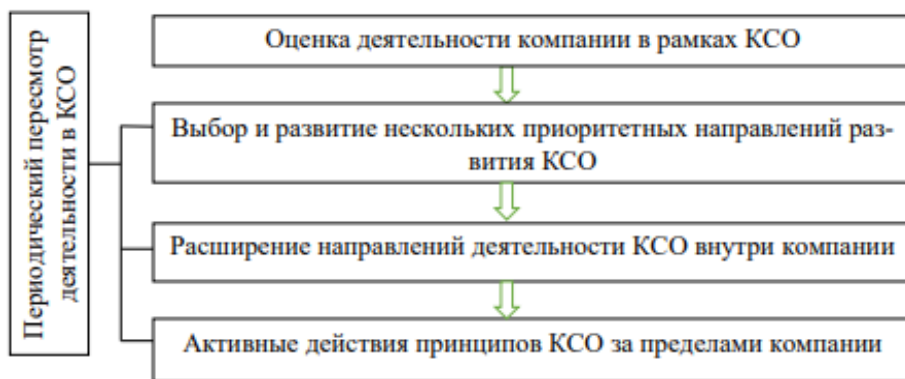


Рис. 1. Этапы внедрения КСО

Выбрав приоритетные направления, компания развивает их, пытаясь достичь в этих областях максимальной эффективности. При этом система корпоративной ответственности, разрабатываемая в компании, должна соответствовать определенным принципам (рис. 2).

Типовые показатели для анализа КСО, представленные на рис. 3, являются качественными и анализируются в отношении персонала компании.

Персонал компании – это основной ее ресурс, через который оценивается КСО. Поэтому не особо затратный способ оценки эффективности КСО на производстве можно провести путем опроса и анкетирования. В качестве примера рассмотрим основные направления развития корпоративной социальной ответственности на предприятиях ме-

таллургической сферы промышленности (табл. 1). Все крупные металлургические компании проводят корпоративную политику. Для нее требуются внутренние ресурсы, образующиеся за счет чистой прибыли, и внешние, которые поступают от государства и региональных властей.

На крупных предприятиях промышленности находится основная часть физического и интеллектуального капитала, а также крупными металлургическими предприятиями осуществляется большая нагрузка на окружающую среду. Поэтому так важно поддерживать корпоративную социальную ответственность. Отметим, что эти мероприятия могут позволить себе лишь крупные компании.

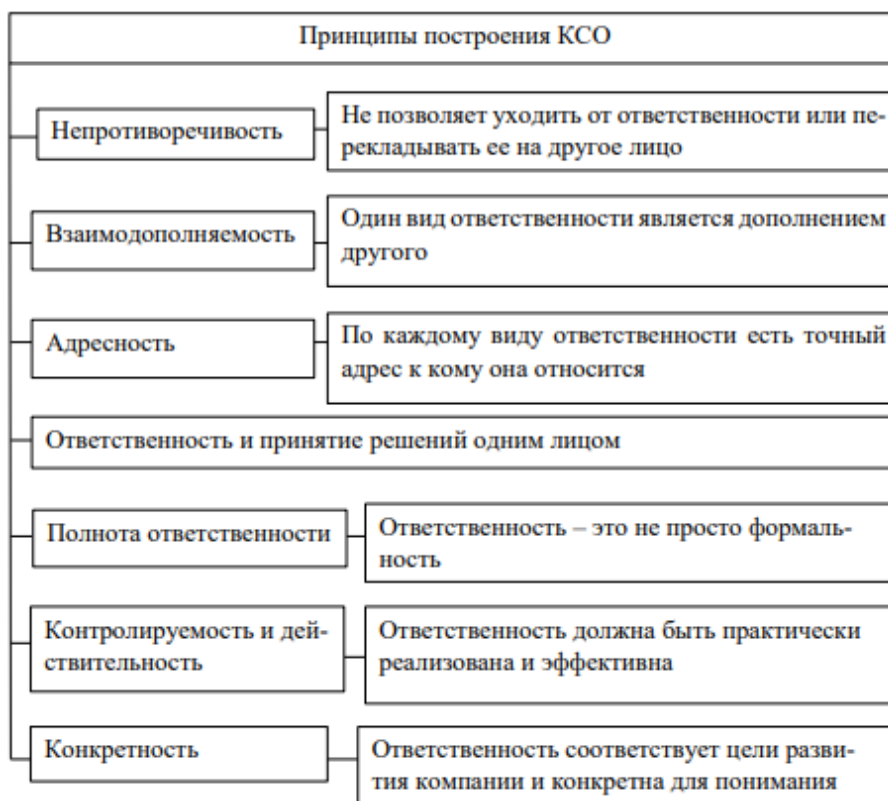


Рис. 2. Принципы построения КСО в компании

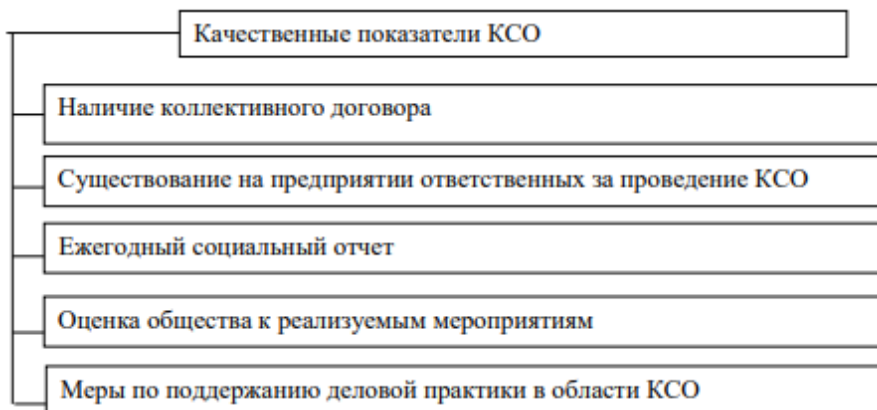


Рис. 3. Качественные показатели КСО

Таблица 1. Направления деятельности российских металлургических компаний в области корпоративной социальной ответственности

Название компании	Развитие образования сотрудников	Финансирование медицины	Развитие культуры и искусств	Развитие спорта	Поддержка пенсионеров и ветеранов труда	Поддержка детей	Помощь при приобретении жилья	Защита окружающей среды
«ОК РУСАЛ»	+	+	+	+	+	+	+	+
ПАО ГМК «Норильский никель»	+	+	+	+	+	+	+	+
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	+	+	+	+	+	+	+	+
ООО ЗМК «Евросталь»	+	+	+	-	-	-	-	+

Одним из ключевых направлений КСО являются строительство и содержание объектов социальной инфраструктуры. Крупные российские металлургические компании поддерживают систему образования, медицинского обслуживания, пенсионного страхования, обеспечивают функционирование спортивных сооружений, помогают в приобретении жилья для работников.

Положительным эффектом такой системы является повышение мотивации персонала к увеличению производительности труда. К отрицательным чертам необходимо отнести неэффективность системы в экономическом плане, ограниченность распределения рисков [13], отсутствие выбора работниками социальных благ.

При этом стоит отметить, что методики оценки эффективности социальной ответственности на уровне конкретного бизнеса слабо проработаны. Чаще это расчет коэффициентов, которые соотносят затраты на реализацию направлений социальной ответственности к общей численности работников или данные расходов, которые соотносят с величиной чистой прибыли компании.

Для выявления степени удовлетворенности работниками КСО компании, проблем и путей их решения в организации авторами было проведено выборочное исследование с помощью опроса работников предприятия «РУСАЛ Братск» в Шелехове, в котором приняли участие сотрудники категории «рабочие». Затрагивались основные мотивы работников в их отношении к труду и степень удовлетворенности условиями труда (табл. 2).

Таблица 2. Результаты оценки удовлетворенности

Факторы удовлетворенности	Количество соответствующих ответов				Общее количество опрошиваемых, чел.
	Совершенно удовлетворен	Пожалуй, удовлетворен	Совершенно не удовлетворен	Затрудняюсь ответить	
1. Профессия	10	8	2	0	20
2. Содержание труда	4	8	6	2	20
3. Организация труда	1	8	10	1	20
4. Оплата труда	0	12	8	0	20
5. Отношения в коллективе	12	7	1	0	20
6. Стиль и методы работы	3	7	10	0	20
7. Отношение администрации к нуждам работников	3	8	9	0	20
8. Перспективы профессионального роста	3	9	8	0	20
9. Объективность оценки работы руководителем	12	6	2	0	20
10. Уровень информированности о делах предприятия	17	3	0	0	20
11. Возможность влиять на дела в коллективе	4	6	9	1	20
12. Социально-бытовые условия на производстве	5	6	9	0	20

При оценке степени удовлетворенности трудом выяснилось, что сотрудники удовлетворены лишь по четырем факторам: уровнем информированности (проходят ежемесячные собрания о результатах деятельности для всех сотрудников), отношениями в коллективе, оценкой работы руководителем и выбранной профессией. Остальными факторами работники частично не удовлетворены. В большей же степени не удовлетворены оплатой труда (тяжесть труда не соответствует оплате), организацией труда и стилем управления, методами работы. Средний уровень удовлетворенности касается перспектив карьерного роста, социально-бытовых условий на производстве, содержания труда, отношения администрации к нуждам работников.

Дальнейшее исследование социальной ответственности было проведено с позиции, насколько

те или иные мотивы значимы для сотрудников, а также – как некоторые мотивирующие факторы (оплата, организация труда и т. д.) воспринимаются ими. Чтобы обобщить оценку результата проведенного опроса, был использован показатель степени выраженности (C_{β}) – ранг мотива к труду (1):

$$C_{\beta} = \frac{H_1 \cdot K_1 + H_2 \cdot K_2 + H_3 \cdot K_3 + H_4 \cdot K_4}{H_{\text{общ}} - H_5}, \quad (1)$$

где $H_{1,2,3,4}$ – численность работников, оценивших влияние мотива как высокое / среднее / незначительное; $K_{1,2,3,4}$ – коэффициенты, равные 0, 1, 2, 3 для таких ответов, как «не имеет значения», «незначительное», «среднее», «большое», «высокое»; $H_{\text{общ}}$ – численность участвующих в опросе; H_5 – затруднившиеся ответить на вопрос.

Такой показатель рассчитывается для каждого из восьми мотивов, результаты расчетов отображены в табл. 3. Наиболее выраженному мотиву при-

своен первый ранг, далее по мере снижения степени выраженности ранг понижается.

Таблица 3. Степень выраженности мотивов к труду

Ранг	Мотивы к труду	Степень выраженности мотивов (C_B)
1	Получение премиальных по итогам месяца	2,9
2	Стремление работать в хорошем коллективе	2,85
3	Ответственность за выполняемую работу	2,84
4	Стремление к стабильности, желание иметь постоянную занятость	2,75
5	Стремление к признанию	2,5
6	Стремление к получению новых знаний и умений	1,6
7	Стремление к самовыражению	1,45
8	Стремление к движению по карьерной лестнице	1,15

Важными мотивами для работников оказались следующие: получение премиальных выплат, работа в хорошем коллективе и ответственное выполнение работы. Низкой мотивацией характеризуется движение по карьерной лестнице. Стремление к самовыражению заняло 7-е место из 8, что можно объяснить спецификой работы в компании, ее отраслевой принадлежностью и работой строго в соответствии с должностной инструкцией на рабочем месте.

Предполагается устранение этих негативных моментов. Необходимо разрабатывать проекты по устранению напряженности в отношениях между собственниками бизнеса и персоналом. Один из проектов повышения корпоративной ответственности может быть направлен на исследование степени выраженности мотивов и оценки удовлетворенности работой.

Выводы. Социальная ответственность — это деятельность, соответствующая направлению развития компании, основанная на добровольном начале с участием заинтересованных сторон. Крупные российские металлургические компании

поддерживают систему образования, медицинского обслуживания, пенсионного страхования, обеспечивают функционирование спортивных сооружений, помогают при приобретении жилья для работников.

Социальная эффективность представляет собой отношение социального эффекта к расходам социального характера. При этом в качестве социального эффекта можно рассматривать и прирост прибыли, вызванный ростом объема производства в связи с увеличением выработки персоналом, повышением мотивации труда.

Важным моментом исследуемой темы становится учет отсроченной выгоды, которую будет иметь компания на конечной стадии передела готовой продукции.

К положительным эффектам такой системы следует отнести повышение мотивации персонала к увеличению производительности труда, к отрицательным — ограниченность распределения рисков, отсутствие у работников возможности выбора социальных благ.

Литература

1. Васильева А.Н. К вопросу об оценке уровня развития человеческого капитала организации // Изв. Иркутской гос. экономической акад. 2010. № 5 (73). С. 110-114.
2. Божук С.Г., Кулибанова В.В., Тэор Т.Р. Корпоративная социальная ответственность. 2-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во «Юрайт», 2024. 226 с.
3. ОК «РУСАЛ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusal.ru> (дата обращения: 02.06.2024).
4. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. М.: Кнорус, 2021. 292 с.
5. Костин А.Н. Корпоративная социальная ответственность: мировой опыт и концепция для России // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 112-122.
6. Никитина Л.М., Борзаков Д.В. Корпоративная социальная ответственность. Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2015. 445 с.
7. Савина Т.Н. Институт корпоративной социальной ответственности как инновационный социально ориентированный проект // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 2. С. 33-42.
8. Клычова Г.С., Салахутдинова Э.Р. Социальные инвестиции как составляющий элемент корпоративной социальной ответственности бизнеса // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2023. № 3. С. 2-6.
9. Старков Р.Ф. Социальная политика и принципы взаимодействия власти и бизнеса // Изв. Иркутской гос. экономической акад. 2007. № 3 (53). С. 91-92.

10. Тульчинский Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ, 2012. 236 с.
11. Удальцова Н.Л., Щербинина П.Л. Социальная ответственность бизнеса: внедрение и воздействие на управление компанией // Лидерство и менеджмент. 2024. Т. 11, № 1. С. 265-280.
12. Корпоративная социальная ответственность / сост. А.В. Вавилина, Т.В. Комарова. М.: Изд-во РУДН, 2017. 131 с.
13. Раменская Л.А. Анализ управления рисками в российских металлургических компаниях корпоративного типа // Изв. Байкальского гос. ун-та. 2016. Т. 26, № 5. С. 776-785.
5. Kostin A.N. Corporate social responsibility: world experience and concept for Russia // Management in Russia and Abroad. 2005. № 3. P. 112-122.
6. Nikitina L.M., Borzakov D.V. Corporate social responsibility. Rostov n/D.: Izd-vo «Feniks», 2015. 445 p.
7. Savina T.N. Institute of corporate social responsibility as an innovative socially oriented project // National interests: priorities and security: National interests: priorities and security. 2014. № 2. P. 33-42.
8. Klychova G.S., Salahutdinova E.R. Social investments as a component element of corporate social responsibility of business // Accounting in budgetary and non-profit organizations. 2023. № 3. P. 2-6.
9. Starkov R.F. Social policy and principles of interaction between government and business // Izvestiya of Irkutsk state economic academy (Baikal national university of economics and law). 2007. № 3 (53). P. 91-92.
10. Tul'chinskij G.L. Corporate social investments and social partnership: technologies and efficiency assessment. SPb.: Otdel operativnoj poligrafii NIU VShE, 2012. 236 p.
11. Udal'cova N.L., Shcherbinina P.L. Social responsibility of business: implementation and impact on company management // Leadership and management. 2024. V. 11, № 1. P. 265-280.
12. Corporate social responsibility / sost. A.V. Vavilina, T.V. Komarova. M.: Izd-vo RUDN, 2017. 131 p.
13. Ramenskaya L.A. Analysis of risk management in Russian metallurgical companies of the corporate type // Bulletin of Baikal state university. 2016. V. 26, № 5. P. 776-785.

References

1. Vasil'eva A.N. On the issue of assessing the level of development of an organization's human capital // Izvestiya of Irkutsk state economic academy (Baikal national university of economics and law). 2010. № 5 (73). P. 110-114.
2. Bozhuk S.G., Kulibanova V.V., Teor T.R. Corporate social responsibility: a textbook for universities. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Izd-vo «Yurajt», 2024. 226 p.
3. ОК «RUSAL» [Elektronnyj resurs]. URL: <http://www.rusal.ru> (data obrashcheniya: 02.06.2024).
4. Zareckij A.D., Ivanova T.E. Corporate social responsibility: world and domestic practice. M.: Knorus, 2021. 292 p.