

Секция «Управление организацией: стратегические решения в современных условиях»

Корпоративная социальная политика в российских компаниях: современное состояние

Заявка № 1303481

По состоянию на сегодняшний день отмечается высокая значимость и важность социального аспекта и компонента «S-social» в концепции ESG как для государства, так и для бизнеса. Сами компании в полной мере осознают значимость и важность социальных проектов и программ. Подтверждением этому являются регулярные конференции, мероприятия и конкурсы, направленные на выявление лучших практик компаний в социальной сфере. Так, в качестве примера можно привести ежегодную программу, реализуемую в России с 2013 год^ф, именуемую «Лучшие социальные проекты России» [4], ежегодный конкурс «Дело в людях: компании, инвестирующие в будущее» [2], инициируемый Ассоциацией менеджеров России и другие. Как организаторы данных мероприятий, так и сами компании, принимающие в них участие, осознают степень важности и значимости реализации социальных проектов как для России, так и для самих участников.

Однако поскольку на сегодняшний день все же усматривается фрагментарность, несистематичность реализуемой корпоративной социальной политики во многих крупных компаниях, а также компаниях, относящихся к малому и среднему бизнесу, многие программы в социальной сфере представляют собой отдельные мероприятия больше похожие на благотворительную деятельность. Очевидным становится, что существуют определенные пробелы относительно понимания сущности КСП, ее роли в повышении конкурентоспособности и механизма формирования [1].

Цель работы: провести анализ КСП крупных российских компаний для выявления характерных для них подходов к определению принципов, целей, структуры и приоритетных направлений КСП, процессов ее разработки.

Задачи: определить критерии на основе которых будет сформирована выборка компаний, являющихся объектом исследования; определить параметры анализа социальных политик компаний; на основе качественного анализа корпоративных документов и иных доступных материалов выявить подходы к определению принципов, целей, структуры и приоритетных направлений КСП, процессов ее разработки, которых придерживаются компании на практике; выявить компании-лидеры в области социальной политики.

Объектом исследования послужили 10 российских компаний: ПАО «АК «АЛРОСА», ПАО «Полиметалл», АО «Северсталь», ПАО «ММК», ПАО «Аэрофлот», ОАО «РЖД», ООО «Яндекс», ПАО «VK», ПАО «En+», Госкорпорация «Росатом».

Предметом исследования стали социальные политики компаний, их деятельность, реализуемая непосредственно в социальной сфере.

В качестве источников информации были использованы корпоративные сайты, разделы, посвященные корпоративной социальной ответственности / ESG / устойчивому развитию, библиотека корпоративных практик на сайте РСПП [3].

Методика анализа заключалась в проведении содержательного анализа деятельности компаний в социальной сфере по сформулированным нами параметрам.

Основные выводы и результаты по итогам проведенного исследования:

1. В основе разработки КСП исследуемых компаний лежат такие принципы как участие работников, партнерство, гласность и прозрачность, что говорит о том, что и сами компании осознают важность того, чтобы реализуемая КСП была прозрачна и доступна для ЗС. А это в свою очередь подтверждает наш вывод о том, что наиболее удобным для этого является отдельный формализованный документ, посвященный КСП.

2. Все компании придерживаются традиционного подхода относительно структуры КСП, выделяя внутреннюю и внешнюю КСП. Однако превалирует внутренняя КСП, поскольку компании больше внимания уделяют запросам и интересам внутренних КСП, цели компаний в социальной сфере, как и приоритетные направления, также преимущественно коррелируют с внутренними ЗС.

3. В качестве целей КСП компании рассматривают обучение персонала и развитие человеческого капитала, удержание высококвалифицированных сотрудников и создание репутации компании как социально-ответственного работодателя, что говорит о том, что компании в первую очередь концентрируют внимание на внутренних ЗС и удовлетворении их запросов, что приводит к тому внешние ЗС отводятся на второстепенный план, что, как нам кажется, можно воспринимать как упущение.

4. Лишь треть компаний реализует управленческий подход к КСП наиболее полным образом, качественно определяя ЗС, выявляя их запросы, определяя цели и существенные темы, выделяет нефинансовые риски в социальной сфере, представляет организационную систему управления и раскрывает, с помощью каких инструментов реализуется КСП, а также как происходит взаимодействие.

5. Несмотря на то, что нельзя сделать однозначный вывод относительно одной абсолютно лидирующей отрасли, где КСП была бы разработана и реализована наиболее полным образом, что, как нам кажется, связано не со спецификой самой отрасли, а с менеджментом компании, выбранным механизмом разработки КСП и ее реализации, можно выделить отрасли «Черная металлургия» и «Промышленные холдинги». Что касается наименее успешной отрасли, то ей стала отрасль «Телекоммуникаций».

Полученные результаты исследования мы в дальнейшем планируем применять при разработке механизма формирования корпоративной социальной политики, поскольку в рамках исследования удалось выявить компании, в которых сформирована стратегическая КСП, предоставляющая компании дополнительные конкурентные преимущества.

Источники и литература

- 1) Канаева, О. А. Корпоративная социальная политика: теория и практика управленческих решений: монография / О. А. Канаева. — СПб : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. — 363с.
- 2) Ассоциация менеджеров России: [сайт]. - URL: <https://amr.ru/press/news/gr/nazvany-pobediteli-xvi-vserossiyskogo-konkursa-korporativnykh-proektov-delo-v-lyudyakh/>
- 3) Библиотека корпоративных практик РСПП: [сайт]. - URL: https://rspp.ru/sustainable_development/library-practic/
- 4) Социальные проекты России: [сайт]. URL: <http://socprojects.org/#about>