

УДК 332.142.6

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР
ПОВЫШЕНИЯ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА****Малышева О.С., Хафизов А.М., Мелешин А.Ю., Янчурина А.М.,
Нехотящий Е.И., Климович А.С.***Филиал ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», Салават,
e-mail: alik_hafizov@mail.ru*

В данной статье рассматриваются система мотивации для достижения эффективного труда, возрастающий интерес к роли и значению корпоративной социальной ответственности в условиях усиливающейся конкуренции на рынке труда. Производится теоретический анализ научных разработок по проблемам развития корпоративной социальной ответственности и ее роли в повышении уровня трудовой мотивации персонала. Повышение конкурентной борьбы на рынке труда предполагает увеличение эффективности работы с персоналом и интереса к вопросам трудовой деятельности. В экономически развитых государствах деловая популярность (goodwill) представляет один из основных образующих нематериальных активов фирмы. Исследование абстрактных аспектов воздействия корпоративной социальной ответственности на мотивацию работы продемонстрировало, что при установлении мотивации делается акцент на разных ее аспектах – финансовом, юридическом, психологическом, социологическом.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, мотивация, персонал, эффективный труд, социальный пакет

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS FACTOR OF INCREASE
OF LABOUR MOTIVATION OF PERSONNEL****Malysheva O.S., Khafizov A.M., Meleshin A.Yu., Yanchurina A.M.,
Nekhotyaschiy E.I., Klimovich A.S.***Branch of SEI HE «Ufa State Petroleum Technological University», Salavat, e-mail: alik_hafizov@mail.ru*

This article discusses the motivation system for effective labor, increasing interest in the role and value of corporate social responsibility in the conditions of increasing competition on the labour market. Effectuated the theoretical analysis of scientific research on problems of development of corporate social responsibility and its role in increasing the level of motivation of the personnel. The increase in the competition in the labor market implies an increase of efficiency of personnel work and interest in labour activities. In economically developed countries the popularity of the business (goodwill) is one of the main forming the intangible assets of the firm. The study of the abstract aspects of the impact of corporate social responsibility on the motivation of work has demonstrated that while establishing motivation is the emphasis on its various aspects – financial, legal, psychological, sociological. In world practice, along with economic used social ratings aim at assessing the degree of social responsibility of the company and as a management tool and means of communication with stakeholders.

Keywords: corporate social responsibility, motivation, staff, effective labor, social package

Концепция мотивации к результативному труду считается эффективным средством управления, присутствие определенных алгоритмов побуждения к результативному труду решает возможные противоречия между сотрудником и нанимателем, выравнивает соотношение заинтересованностей. В начале 1990-х гг. характеризующим условием при подборе места работы был большой доход, объем которого зачастую складывался подсознательно. В рыночной экономике компании соперничают на рынке труда, предлагая отнюдь не только наиболее высокие доходы, но и наилучшие условия работы, компенсационные (социальные) пакеты и т.д. Повышение конкурентной борьбы на рынке труда предполагает увеличение эффективности работы с персоналом и интереса к вопросам трудовой деятельности. Обретает все большую значимость не только усовершенствование функционирующих

мотивирующих условий, но и отбор новых. Выражение высокого интереса к исполнению целенаправленной социальной политики обусловлено тем, что владельцы нередко заработанные ресурсы ориентируют никак не на формирование трудовых зон, введение новейших технологий, перевооружение изготовлений, а только на цели своего пользования. Подобное применение ресурсов государства формирует требование решить вопросы нарастания социального недовольства. По этой причине особое значение обретает введение проектов коллективной социальной ответственности. Значимость изучения данного вопроса связана с распространением пониманием и позиционированием организациями собственной коллективной социальной ответственности, рвением доказать окружению, что собственники средств изготовления и хозяйствующих субъектов – честные жители своего го-

сударства, беспокоящиеся отнюдь не только о прибыли любой ценой, но и о социальных интересах работников и граждан. В экономически развитых государствах деловая популярность (goodwill) представляет один из основных образующих нематериальных активов фирмы. Она расценивается в её годовом бухгалтерском равновесии и считается неотъемлемой в целях выполнения листинга фирмы. Осуществление системной общественно серьезной политики содействует отнюдь не только увеличению степени доверия к ней партнеров, органов общегосударственной администрации, но и увеличению конкурентоспособности на рынке товаров и услуг, привлечению вкладчиков и т.д. Наблюдается взаимосвязь между привлекательностью компании для сотрудников и присутствием реализуемых ею проектов коллективной социальной ответственности. Подобным способом растущий интерес к значимости и значению коллективной социальной ответственности в условиях нарастающей конкурентной борьбы на рынке труда актуализирует академические исследования по вопросам формирования коллективной социальной ответственности, в том числе согласно вопросу её значимости в увеличении степени рабочей мотивации персонала.

Исследование абстрактных аспектов воздействия коллективной социальной ответственности на мотивацию работы продемонстрировало, что при установлении мотивации делается акцент на разных её аспектах – финансовом, юридическом, психологическом, социологическом. Проблемой мотивационной работы в практике управления персоналом считается стремление людей к более результативному осуществлению деятельности и формированию инициативы в соответствии с делегированными им правами и обязательствами. Независимо от того, что между мотивацией и результатом работы отсутствует конкретная связь, так как на данный результат воздействует много совпадений и индивидуальных факторов, имеются приоритетные условия мотивации. Более приоритетными условиями мотивации работы в наше время считаются: материальное и нравственное поощрение, вероятность служебного роста, защищенность места работы, корпоративная культура. Объем денежных выплат, оставаясь характеризующим условием мотивации работы, тем не менее становится отнюдь не единственным, а в некоторых ситуациях и отнюдь не важным условием. С этим сопряжена формирующаяся деятельность предоставления организациями собственным сотрудникам так называемого «соци-

ального пакета» («соцпакет»), необходимой составляющей которого считаются общественные программы, предоставляемые работодателем. Данные компоненты мотивации не столько не осуществляют функцию оценки работы сотрудника, сколько значимы в целях решения конкретных актуальных проблем работников. Ценность сотрудников в отношении присуждения компонентов «соцпакета» определяется в зависимости от их возраста, стажа в компании, занимаемой должности. В свою очередь, в организациях практикуется дифференцированное обеспечение «соцпакета», когда его наполняемость зависит и от ряда условий: должность, трудовой стаж, деятельность, значимость работника для компании и т.д. Отличие в размере и содержании «соцпакетов», его связанность с вышеперечисленными условиями увеличивает мотивацию работников к служебному росту и содействует их большей привязанности к компании. По мере удовлетворения материальных нужд значительно увеличивается важность нематериальных условий мотивации, к которым относится присутствие в компании корпоративной культуры, главным фактором формирования которой считается в первую очередь степень мотивации персонала, репутация фирмы в глазах покупателей и её престиж как работодателя [5].

В целом концепция мотивации способна рассматриваться равно как комплекс трех типов влияний или же стимулов: материальные, нематериальные и гибридные. Каждый раз их сочетание становится различным в связи с целями компании, её идеологией, характером бизнеса, отраслевыми особенностями и конкурентной борьбой, масштабом и формой собственности. Изучение концепции и практики мотивации труда выявило увеличивающуюся значимость стимулирования при помощи предоставления сотрудникам социальных пакетов вдобавок к оперативной выплате приличного оклада.

Особую значимость представляет заключение коллективных соглашений, так как одной из основных их задач считается формирование и становление мотивационного приспособления в увязке с результатами производства, а также охрана прав сотрудников в составляющей оперативного назначения заработной платы в согласовании с расходами и доходами производства. Значительным мотивирующим значением обладает тот факт, что в коллективном соглашении отражены проблемы социального страхования и социального обеспечения, повышения квалификации сотрудников, формирование подходящих условий труда,

формирование режимов трудовой деятельности и отдыха. Помимо этого, с коллективным соглашением непосредственно сопряжено заполнение социального пакета, так как присутствие определенных положений в коллективном соглашении считается причиной для предоставления «соцпакета».

Новейшей конфигурацией взаимодействия участников социального партнерства считается социальная ответственность бизнеса (корпоративная социальная ответственность). Это обуславливается действиями глобализации, совершающимися в международной экономике. Они сформировали посылы к тому, что один и тот же владелец компании способен обладать производственными мощностями и представлять одну из сторон в трудовых взаимоотношениях в различных государствах и отраслях. Подчеркнем то, что эффективным методом информирования общества и государственных органов об осуществлении основ социальной ответственности в деятельности фирмы считается представление годовой социальной отчетности, подготовленной в согласовании с международными эталонами.

Суть явления КСО подразумевается по-разному: равно как «забота о людях», «уплата налогов в полном объеме», «выполнение требований законов», «производство высококачественной продукции» и т.д. В целом возможно сделать заключение, что формирование социальной ответственности бизнеса никак не принадлежит к числу приоритетных проблем государства, а способности бизнеса в решении общественных трудностей оцениваются относительно низко. Это обусловлено отличительными чертами российской капитализации, прошедшей в начале 1990-х гг.

Существует несколько основных фирм, занимающихся разведкой, добычей и переработкой нефти и газа, таких как Газпром, Роснефть, Лукойл, ТНК-ВР, Сургутнефтегаз, Газпром нефть, Татнефть и др. Разберем в качестве примера концепции мотивации, созданные в открытых акционерных обществах (ОАО) «Лукойл» и «Газпром».

Работа с молодыми специалистами считается одной из главенствующих целей политики управления персоналом ОАО «Лукойл». В настоящий период число сотрудников в возрасте до 30 лет в общей численности персонала фирмы составляет приблизительно 30%. Особую заинтересованность отделы по управлению персоналом ОАО «Лукойл» и учреждений группы «Лукойл» проявляют при работе с молодыми сотрудниками.

В рамках осуществления единой целевой программы по работе с молодыми сотрудниками и молодыми экспертами во многих организациях группы «Лукойл» сформированы и действуют Советы молодых специалистов.

С недавнего периода времени молодые сотрудники участвуют в соревновании учреждений группы «ЛУКОЙЛ» на присвоение звания «Лучший молодой сотрудник года». Соревнование «Лучший молодой сотрудник года» из числа молодых профессионалов ОАО «Лукойл» и других учреждений группы «Лукойл» ведется с целью стимулирования и одобрения инициативности молодых профессионалов, выявления их креативного и высококлассного потенциала, увеличения мотивации к достижению значительных показателей в работе.

Концепция мотивации сотрудников нефтегазовых фирм, к примеру ПАО «Газпром», совмещает в себе материальное и нематериальное поощрение, направленное на вовлечение и сохранение квалифицированного персонала, увеличение интереса у сотрудников в результатах работы [1]. Общие корпоративные нормы по оплате труда, зафиксированы в стандартном положении об оплате работы сотрудников предприятия, которые индивидуальны для любой нефтегазовой фирмы. К примеру, в ПАО «Газпром» используются подобные способы стимулирования и мотивации работников, например концепция годового бонуса, учитывающая осуществление общекорпоративных и личных показателей деятельности фирмы в отчетном году, и проект участия управляющих сотрудников в уставном капитале ПАО «Газпром» [4].

Помимо этого, в целях стимулирования персонала, выполнена концепция поощрения их государственными наградами Российской Федерации, наградами Минэнерго России и ПАО «Газпром» [3].

Таким образом, перечисленные выше события согласно совершенствованию мотивации персонала приумножат результативность работы компании, несомненно помогут ввести проактивную политику во взаимоотношения персонала и оставаться компаниям нефтегазовой отрасли одними из наиболее привлекательных работодателей на рынке.

Вводя корпоративную социальную ответственность и предоставляя сотрудникам разный по размеру социальный пакет, работодатель удерживает увеличение заработной платы, на которую выполняются разные отчисления и тем самым бережет личные ресурсы. Помимо этого, данная политика дает возможность ему сохранять заработную

плату не ниже средних показателей применительно к региону либо отрасли экономики. Социальный пакет считается особым дополнением к заработной плате. Наличие «соцпакета» руководитель искусно применяет по двум направлениям. Первое – проявление дополнительной заботы о сотруднике и его поощрение. Второе – проявление компонентов государственно-индивидуального партнерства в социальной сфере (подготовка сотрудников, их мед. сервис, культурный досуг, разрешение квартирных трудностей и т.д.), этим достигает почтения и благодарности со стороны власти.

В качестве ценностей социальной ответственности больше всего как для жителей, так и для агентов бизнеса выступают внешние и внутренние общественные программы. При этом наиболее общественно ответственными являются успешно работающие на рынке крупные компании [2]. Из всего вышесказанного допускается сделать заключение, что корпоративная социальная ответственность – добровольный вклад бизнеса в формирование общества, реализуемого в том числе в форме внутренних общественных капиталовложений.

При этом теория социально ответственного бизнеса анализирует связь бизнеса, общества и страны в общем и в целом, тогда как представление коллективной социальной ответственности возможно толковать равно как механизм увеличения конкурентоспособности при содействии с основными причастными сторонами, одной из которых считается штат сотрудников компании. В экономически развитых государствах отмечена прямолинейная взаимосвязь между качеством общественной политической деятельностью фирмы и повышением её экономических характеристик. Что касается России, то считается, что в нынешних обстоятельствах выполнение данных норм пока не дает бизнесменам особых выгод.

Тем не менее прослеживается увеличение капитализации социально ответственных учреждений одновременно с увеличением их инвестиций в социальные программы, хотя утверждать о прямой взаимосвязи между расширением корпоративной социальной ответственности компании и увеличением капитализации сейчас ещё рано.

Таким образом, итогом формирования корпоративной социальной ответственности считается увеличение степени мотивации персонала, развитие её положительного имиджа среди покупателей. Корпоративная социальная ответственность является нематериальным активом компании и средством конкурентоспособной борьбы, так как все без исключения факторы непосредственно

сопряжены с финансовой успешностью деятельности компании.

Главная идея при продвижении корпоративной социальной ответственности состоит в том, что социально направленная работа дает значимую выгоду компании, равно как финансовую, так и выражающуюся в виде увеличения рабочей мотивации персонала компании и привлекательности компании как работодателя. Компании, реализующие личные социальные программы, действуют существенно эффективнее и успешнее учреждений, не обладающих подобными программами. В данной ситуации возникает вопрос оценки воздействия проектов коллективной социальной ответственности на разные характеристики деятельности компании, а также исследования и выбор системы показателей, как имеющей экспериментальную функцию, так и способствующей формированию общественного мнения. Чаще всего изучается и оценивается воздействие внутренних корпоративных социальных проектов (внутренней коллективной социальной ответственности), к которым принадлежат проекты, нацеленные на формирование и социальную помощь своему персоналу.

В мировой практике, наряду с экономическими, применяются социальные рейтинги, нацеленные на оценку степени социальной ответственности компании и являющиеся как средством управления, так и средством коммуникации с заинтересованными сторонами. Необходимость в формировании социальных рейтингов появляется по мере того, как лидирующие в конкретной области компании формируют стратегический подход к управлению общественными и благотворительными проектами. За рубежом социальные рейтинги и общественный аудит стали уже общепринятой практикой. В России, невзирая на то, что экспертами разработан целый цикл подобных рейтингов, в данный момент нет общепринятой технологии оценки общественной ответственности.

Фиксируя, что такие имеющиеся методы оценки подобных явлений, как общественная ответственность, социальные капиталовложения, корпоративная социальная ответственность, в качестве количественного аспекта подразумевают оценку расходов компании на соответствующие проекты и инициативы. Оценку корпоративной социальной ответственности, с точки зрения воздействия её на мотивацию труда работников и возможных сотрудников, предполагается осуществлять согласно следующим тенденциям:

– реализация внутренней корпоративной социальной ответственности, в форме:

1) предоставления сотрудникам конкурентоспособной заработной платы;

2) предоставления сотрудникам «социального пакета», льгот;

3) предоставления сотрудникам возможности служебного роста посредством обучения и повышения квалификации;

4) формирования коллективной культуры; – осуществление внешней корпоративной социальной ответственности в форме реализации благотворительной деятельности, спонсорской, природоохранной работы, формирования инфраструктуры района, региона и т.д.;

– присутствие базовых (институциональных) свойств корпоративной социальной ответственности. Методика оценки КСО с целью увеличения трудовой мотивации сотрудников компании и повышения привлекательности компании как работодателя.

Список литературы

1. Бикметов А.Г. О методах управления персоналом на примере ОАО «Газпром Нефтехим Салават» [Текст] / Бикметов А.Г., Малышева О.С., Хафизов А.М., Капустин Г.В. / *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 12–5. – С. 992–995.
2. Кузнецов Д.Л. Экономическое обоснование разработки программы диагностирования змеевиков трубчатых печей / Д.Л. Кузнецов, О.С. Малышева, А.М. Хафизов // *Интеграция науки и образования в вузах нефтегазового профиля – 2016: материалы Международной научно-методической конференции* / редкол.: Н.Г. Евдокимова и др. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2016. – С. 342–344.
3. Малышева О.С. Методы работы и подходы к формированию кадрового резерва на предприятиях нефтехимической отрасли [Текст] / О.С. Малышева, А.М. Хафизов, И.Д. Гилязетдинов, А.Р. Гайсаров, Д.В. Жильников, Н.Б. Кульчабаев / *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 10–3. – С. 622–626.
4. Хафизов А.М. Проблемы корпоративной социальной ответственности в области экологии на примере ПАО «Газпром» [Текст] / А.М. Хафизов, О.С. Малышева, А.И. Самоскин, Я.Ф. Хабирова // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 6–2. – С. 480–484.
5. Хафизов А.М. Разработка технологии управления кадровым резервом на примере ПАО «Газпром Нефтехим Салават» [Текст] / А.М. Хафизов, О.С. Малышева, С.В. Волков, Р.И. Дятлов / *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 10–2. – С. 430–434.

References

1. Bikmetov A.G. O metodah upravljenija personalom na primere OAO «Gazprom Neftehim Salavat» [Tekst] / Bikmetov A.G., Malysheva O.S., Hafizov A.M., Kapustin G.V. / *Fundamentalnye issledovanija*. 2015. no. 12–5. pp. 992–995.
2. Kuznecov D.L. Jekonomicheskoe obosnovanie razrabotki programmy diagnostirovanija zmeevikov trubchatyh pechej / D.L. Kuznecov, O.S. Malysheva, A.M. Hafizov // *Integracija nauki i obrazovanija v vuzah neftegazovogo profilja 2016: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-metodicheskoj konferencii* / redkol.: N.G. Evdokimova i dr. Ufa: Izd-vo UGNTU, 2016. pp. 342–344.
3. Malysheva O.S. Metody raboty i podhody k formirovaniju kadrovogo rezerva na predpriyatiyah neftehimicheskoj otrasli [Tekst] / O.S. Malysheva, A.M. Hafizov, I.D. Giljazetdinov, A.R. Gajсарov, D.V. Zhilnikov, N.B. Kulchubaev / *Fundamentalnye issledovanija*. 2016. no. 10–3. pp. 622–626.
4. Hafizov A.M. Problemy korporativnoj socialnoj otvetstvennosti v oblasti jekologii na primere PAO «Gazprom» [Tekst] / A.M. Hafizov, O.S. Malysheva, A.I. Samoshkin, Ja.F. Habirova // *Fundamentalnye issledovanija*. 2016. no. 6–2. pp. 480–484.
5. Hafizov A.M. Razrabotka tehnologii upravljenija kadrovym rezervom na primere PAO «Gazprom Neftehim Salavat» [Tekst] / A.M. Hafizov, O.S. Malysheva, S.V. Volkov, R.I. Djatlov / *Fundamentalnye issledovanija*. 2016. no. 10–2. pp. 430–434.