

Экономическая теория

Смирнов Ф.В., аспирант Российского государственного социального университета

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР
ОПТИМИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ В РОССИЙСКОЙ
КОРПОРАТИВНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

В качестве одного из главных факторов оптимизации экономических интересов внутренних и внешних стейкхолдеров в России в последнее время все чаще используется такой инструмент корпоративного управления, как корпоративная социальная ответственность. Положительную практику в данном направлении уже можно отметить в некоторых крупнейших российских корпорациях:

- создание и развитие корпоративных систем негосударственного пенсионного обеспечения в ОАО «Российские железные дороги» и ОАО «ГМК «Норильский никель»;
- в 2000-м году руководство ОАО «Татнефть» инициировало создание корпоративной молодежной организации, главной целью которой стало развитие профессионального и творческого потенциала молодых работников в возрасте до 33-х лет;
- ОАО «Северсталь» совместно с «CAF Россия» (от *англ.* Charities Aid Foundation – организация благотворительной помощи) реализует программу поддержки деятельности музеев изобразительного искусства в российской провинции «Музеи Русского Севера»;
- руководством ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания» для оценки влияния на окружающую среду деятельности угольного разреза Бородинский в Красноярском крае и планирования этапов реализации соответствующих экологических программ разработан и осуществляется специальный проект горно-экологического мониторинга;
- и другие. [5]

Корпоративная социальная ответственность – ответственное выстраивание партнерских отношений компании со всеми заинтересованными сторонами – как внутренними, так и внешними, – которые затрагивает ее деятельность с целью наиболее полного соответствия законодательно-правовым нормам, требованиям и ожиданиям социума, инвестирования, как в собственный человеческий и социальный капитал, так и человеческий, и социальный капитал всего общества в целом. Основным критерием социально-ответственного поведения, является наличие нерыночных элементов в воспроизводственном поведении фирмы, связанных с формированием партнерских отношений.

Социальный капитал – структурно оформленные социальные отношения, основанные на сознательном и целесообразном пользовании (индивидом, организацией, социальной группой или всем социумом) социальными ресурсами, социальными сетями, связями, контрактами, которые благодаря доверию, установленным нормам, правилам, ценностям и убеждениям становятся средствами достижения поставленных целей. [10]

Корпоративные социальные инвестиции – это материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного экономического эффекта.

Необходимо также сказать о корпоративной социальной политике, и ее разделении в ответственности с воздействием на те или иные группы субъектов на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя корпоративная социальная политика ограничена рамками компании и проводится для работников и членов их семей. Внешняя корпоративная социальная политика – социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании.

Внутренние инвестиции – это развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников; формирование корпоративной культуры; рекреация