

**Разработка программы развития социальной ответственности бизнеса города
Вологды на основе технологий коммуникационного менеджмента**

Лапцова Евгения Сергеевна

Студент (магистр)

Вологодский государственный университет, Гуманитарный факультет, Кафедра
социологии, Вологда, Россия

E-mail: Jane-la@mail.ru

В современных условиях социальное управление приобретает всё большую значимость. Одним из наиболее востребованных и эффективных инструментов данного вида управления является коммуникационный менеджмент, реализация которого создает возможность для перехода к достижению социальных целей в отличие от только маркетинговых. Сегодня как в России, так и за рубежом наблюдается активное вовлечение бизнес-сообщества в решение общественных проблем. При этом особую актуальность приобретает проблема поиска бизнесом новой роли, определение границ его социальной ответственности. Основное в предпринимаемых попытках - осознать, какие социальные функции может взять на себя российский бизнес и при каких условиях он будет максимально заинтересован в выполнении принятых на себя обязательств. С учетом вышесказанного, на наш взгляд, очень важно отметить, что управление сегодня - это не только прямое целенаправленное воздействие субъекта управления на объект, но и эффективное взаимодействие акторов, гармонизация их взаимных интересов и ожиданий. В то же время основной функцией корпоративной социальной ответственности является коммуникационная - выявление мнений и интересов всех заинтересованных сторон с целью установления между ними взаимопонимания. Исследователи [4] отмечают, что социальная ответственность является важнейшей составляющей репутации. Однако в России процесс увеличения количества социально ответственных предприятий затруднен в связи с отсутствием законодательного закрепления основ социальной ответственности бизнеса [1]. В связи с этим для эффективного взаимодействия между секторами необходимо законодательно закрепить соответствующие коммуникационные механизмы. Таким образом, разработка программы развития социальной ответственности бизнеса невозможна без учёта основных принципов, методов и технологий коммуникационного менеджмента.

Анализ научной литературы показал, что существуют различные методики оценки корпоративной социальной ответственности (КСО). Однако единых критериев её оценки не существует. С целью выработки системы оценки КСО учитывающей специфику деятельности промышленного предприятия автором была проведена работа по совмещению нескольких методик, интеграции и дополнению ряда показателей.

Автором комплексно исследована проблема социальной ответственности бизнеса г. Вологды. Для этого проанализировано состояние и формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в данном муниципальном образовании, осуществлена оценка законодательства в сфере регулирования предпринимательской деятельности и социальной ответственности бизнеса, определены тенденции развития социальной сферы города, изучен опыт социального корпоратизма, накопленный в Вологде. Для разработки рекомендаций по выстраиванию взаимодействия между органами власти, бизнес-структурами и некоммерческим сектором было проведено социологическое исследование, которое включало анкетирование представителей бизнес-сообщества и экспертный опрос представителей власти и гражданского сектора г. Вологды.

По результатам исследования выявлен ряд недостатков в области организации и управления процессами корпоративной социальной ответственности бизнеса, а также во вза-

и взаимодействии органов власти и некоммерческого сектора с бизнес-сообществом. Данные факты позволяют подтвердить рабочую гипотезу исследования и сделать вывод, что для бизнес-организаций г. Вологды характерен низкий уровень проявления социальной ответственности. Таким образом, необходимо проводить комплексную систематическую работу по развитию корпоративной социальной ответственности, осуществлять поиск нестандартных подходов для привлечения бизнеса к решению социальных проблем, проектной деятельности города на основе взаимовыгодного сотрудничества всех акторов.

В связи с этим автором разработана программа развития социальной ответственности бизнеса муниципального образования «Город Вологда»: «Малый и средний бизнес - большая ответственность». Целью программы является развитие социальной активности бизнес-организаций путем позиционирования малого и среднего бизнеса как незаменимого участника общественных изменений, достойного признания и уважения. Программа основана на принципах корпоративного гражданства и социального корпоратизма, т. к. обе эти концепции ставят своей целью решение проблем местного сообщества и повышение гражданской активности населения на основе достижения субъектами взаимопонимания. В рамках программы предлагается использовать такие перспективные технологии, как межсекторное партнерство, социальный маркетинг, корпоративное волонтерство и диалог со стейкхолдерами. Автором также предложен проект внесения поправок в нормативно-правовые акты Вологодской области, способствующие развитию социальной ответственности бизнеса. Программа включает мероприятия, сгруппированные по трем блокам: 1) мероприятия, направленные на повышение мотивации бизнес-сообщества города Вологды к социально ответственному поведению; 2) популяризация социально ответственной деятельности на территории муниципального образования; 3) мероприятия по вовлечению бизнеса в социально ответственную деятельность.

Для реализации программы предлагается создать в г. Вологде субъект, осуществляющий все мероприятия программы, - Центр социально ответственных инициатив, миссия которого будет заключаться в содействии развитию гражданского общества в городе через налаживание сотруднических связей бизнеса, общественных объединений, инициативных граждан и власти, внедрение инновационных подходов к разрешению проблем местного сообщества, создание благоприятных условий для поддержки и сопровождения социальных проектов бизнеса и общественных инициатив на основе выстраивания эффективных коммуникаций. Реализация программы требует определенных затрат, однако можно утверждать, что она будет способствовать развитию межсекторного социального партнерства и позволит установить взаимовыгодное сотрудничество между представителями власти, бизнеса и некоммерческого сектора. Таким образом, посредством предлагаемых социальных технологий будет найден компромисс между стремлением бизнеса получать прибыль и социальными, экологическими и этическими требованиями общества.

Научная новизна исследования состоит в разработанном автором фрагменте когнитивной карты, демонстрирующей влияние последствий осуществления корпоративной социальной ответственности на развитие бизнеса, что подчеркивает выгоду осуществления бизнесом КСО-деятельности, а именно форм и практик корпоративного гражданства, коммуникационного взаимодействия бизнеса со стейкхолдерами. Практическая значимость программы состоит в возможности реализации данных мероприятий в г. Вологде с целью развития социальной активности бизнес-сообщества посредством установления взаимопонимания. Опыт успешной реализации в г. Вологде может быть экстраполирован на региональный и всероссийский уровень.

Источники и литература

- 1) Балашова Т.Н. Социально ответственные инициативы бизнеса: взаимодействие государства и гражданского общества / Т.Н. Балашова, Л.В. Меренкова // Конституционное и муниципальное право. – 2014. – № 6. – С. 56-60.
- 2) Крылов А. Н. Коммуникационный менеджмент. Теория и практика взаимодействия бизнеса и общества. 2-е изд. – М.: Издательство ИКАР, 2015. -352 С.
- 3) Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности / Г.Л. Тульчинский. – Москва: Юрайт, 2014. – 338 с.
- 4) Чимаров С.Ю. Антикризисный PR: теория и практика: монография / С.Ю. Чимаров, Н.В. Горбатова, И.Е. Добычина. – Санкт-Петербург: СЗАГС, 2011. – 172 с.
- 5) Corporation, stakeholders and sustainable development I: a theoretical exploration of business-society relations / R. Streurer, M.E. Langer, A. Konrad, A. Martinuzzi // Journal of Business Ethics. – 2005. – № 33. – P. 263-281.

Слова благодарности

Выражаю искреннюю благодарность научному руководителю - Серее Наталье Дмитриевне за содействие моему профессиональному становлению в сфере связей с общественностью, большой вклад в формирование ценностных ориентаций и особого стиля научного мышления; декану гуманитарного факультета - Асташову Владимиру Николаевичу за создание условий для личностного развития, формирование философского мировоззрения; а также представителям власти, бизнеса и некоммерческого сектора города Вологды за активное участие в исследовании данной проблемы, высказанные рекомендации и замечания.