

УДК 338.12

Ш. Н. Абдулкаримов

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: Shama199@yandex.ru

В. А. Щукина

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: lera199926@gmail.com

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ, УПРАВЛЕНИЕМ КАЧЕСТВОМ И КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

Ключевые слова: человеческий капитал, управлением качеством, корпоративная социальная ответственность, оценка заинтересованных сторон, финансовые показатели, управленческое решение.

В наши дни становится всё более очевидным, что сферы влияния управления качеством, управления человеческим капиталом и корпоративной социальной ответственности тесно взаимосвязаны. Традиционно управление качеством учитывается во взаимоотношениях между компаниями и клиентами, однако стоит принять к сведению, что корпоративная устойчивость зависит не только от клиентов, но и от оценки различных заинтересованных сторон компании. Кроме того, в статье автор предположил, что управление качеством окажет значительное влияние на его потребителя и различные оценки заинтересованных сторон. При этом, корпоративная социальная ответственность нашла отражение во взаимоотношениях между компаниями и заинтересованными сторонами. Очевидно, что сотрудники, которые самостоятельно повышают показатели качества продукции, незаменимы для повышения эффективности управления качеством. Следовательно, человеческий капитал считается одним из наиболее важных факторов эффективности деятельности в области корпоративной социальной ответственности. Данные большинства предыдущих исследований в этой области были подвергнуты психометрическому анализу, однако у этого подхода есть недостатки, заключающиеся в том, что психологическое воздействие и фактическое влияние могут отличаться. Исходя из вышеупомянутых фактов, в представленном исследовании автор рассматривает различные методы и инструменты для анализа корпоративной социальной ответственности и данных финансовых показателей, которые основаны на фактической оценке с использованием Байесовских методов. Это более объективно продемонстрирует влияние каждого отдельно взятого фактора. В частности, это исследование предполагает, что корпоративная социальная ответственность в сфере экологии оказывает положительное влияние на корпоративную эффективность.

S. N. Abulkarimov

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: Shama199@yandex.ru

V. A. Shchukina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: lera199926@gmail.com

THE RELATIONSHIP BETWEEN HUMAN CAPITAL, QUALITY MANAGEMENT AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Keywords: human capital, quality management, corporate social responsibility, stakeholder assessment, financial indicators, management decision.

Nowadays it is becoming increasingly obvious that the spheres of influence of quality management, human capital management and corporate social responsibility are closely interrelated. Traditionally, quality management is taken into account in the relationship between companies and customers, but it is worth

noting that corporate sustainability depends not only on customers, but also on the assessment of various stakeholders of the company. In addition, in the article, the author suggested that quality management will have a significant impact on its consumer and various assessments of stakeholders. At the same time, corporate social responsibility is reflected in the relationship between companies and stakeholders. It is obvious that employees who independently improve product quality indicators are indispensable for improving the effectiveness of quality management. Consequently, human capital is considered one of the most important factors of efficiency in the field of corporate social responsibility. The data of most previous studies in this area have been subjected to psychometric analysis, however, this approach has drawbacks, which are that the psychological impact and the actual impact may differ. Based on the above facts, in the presented study, the author examines various methods and tools for analyzing corporate social responsibility and financial performance data, which are based on an actual assessment using Bayesian methods. This will more objectively demonstrate the influence of each individual factor. In particular, this study suggests that corporate social responsibility in the field of ecology has a positive impact on corporate efficiency.

Введение

Компании придают большое значение не только своим финансовым показателям, но и оценкам заинтересованных сторон. Предпосылкой тому является распространение концепции корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность была впервые представлена как концепция социальной нормы, однако в настоящее время корпоративная социальная ответственность является одной из стратегий управления для улучшения финансовых показателей и оценки заинтересованных сторон. С другой стороны, управление качеством является одной из стратегий управления, связанных с удовлетворенностью клиентов, оценкой заинтересованных сторон и финансовыми показателями.

Управление качеством – это стратегия управления, направленная на улучшение финансовых показателей за счет улучшения качества и увеличения средней оценки заинтересованных сторон. Стоит отметить, что выбор метода улучшения управления качеством может повлиять на оценку заинтересованных сторон [1]. Кроме того, человеческий капитал является основой этих двух стратегий управления. Современный тренд развития этой области знания дает понять, что сокращение человеческого ресурса влечет за собой проблемы с качеством продукта или услуги. Принято считать, что человеческий капитал важен для развития корпоративной социальной ответственности [2].

Исходя из вышесказанного, представленное исследование фокусируется на корпоративной социальной ответственности и управлении качеством, которые основаны на человеческом капитале и влияют как на оценку заинтересованных сторон, так и на финансовые показатели компании. Важность как корпоративной социальной ответственности, так и управления каче-

ством как стратегии управления для увеличения эффективности работы организации очевидна.

Цель представленного исследования – продвижение аналитического подхода в принятии управленческих решений путем смежного анализа взаимосвязи между человеческим капиталом, корпоративной социальной ответственностью, управлением качеством, оценки заинтересованных сторон и финансовыми показателями организации.

Материал и методы исследования

Человеческий капитал является одним из видов интеллектуального капитала и определяется следующим образом.

Человеческий капитал определяется как знания, которые сотрудники забирают с собой, когда покидают фирму [3]. Она включает в себя знания, навыки, опыт и способности людей. Некоторые из этих знаний уникальны для конкретного человека, некоторые могут быть общими. Примерами являются инновационный потенциал, креативность, ноу-хау и предыдущий опыт, способность к командной работе, гибкость сотрудников, мотивация, удовлетворенность, способность к обучению, формальное обучение и просвещение.

Данное исследование классифицирует человеческий капитал на компетентность и отношение в соответствии с предыдущими исследованиями [2, 4].

Компетентность; содержательная часть человеческого капитала: знания, навыки, таланты и ноу-хау сотрудников.

Отношение; готовность сотрудников использовать свои способности на благо компании: мотивация.

Корпоративная социальная ответственность.

Корпоративная социальная ответственность была представлена свету как кон-

цепция социальных норм [5]. Приведенное ниже определение является традиционным определением корпоративной социальной ответственности:

«Социальная ответственность руководителей организаций определяется как обязательство управленцев проводить такую политику, принимать такие решения или следовать тем тактикам, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества».

Однако Хисаси Окамото предполагает, что корпоративная социальная ответственность стала эффективной концепцией бизнес-стратегии, оказывающей положительное влияние на общество в 21 веке. В качестве примера предлагается стратегическая корпоративная социальная ответственность, при которой компании выделяют социальные проблемы, которые должны быть решены компанией, из общих социальных проблем и занимаются несколькими взаимовыгодными видами деятельности [7].

Предыдущие исследования показывают, что человеческий капитал важен для реализации деятельности, предусмотренной корпоративной социальной ответственностью с точки зрения эмпирического анализа и качественных аспектов [8, 9]. Эффективность деятельности в области корпоративной социальной ответственности зависит от компетентности и взаимоотношений сотрудников, составляющих человеческий капитал, который, в свою очередь, оказывает положительное влияние на корпоративную социальную ответственность. Это первая гипотеза в данном исследовании.

Управление качеством.

Согласно современным промышленным стандартам, управление качеством является целенаправленным процессом воздействия на объекты управления, осуществляемый при создании и использовании продукции (услуги), в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого ее уровня качества, удовлетворяющего требованиям потребителей и общества в целом. Для этого существуют различные методы, возьмем, к примеру, Цикл Деминга – это один из важнейших методов контроля качества. Теоретическая суть метода управления Деминга основывается на создании организационной системы, которая способствует сотрудничеству и обучению для облегчения внедрения методов управления процессами [1]. Популярная точка зрения предполагает,

что управление качеством влияет на организационную систему. Таким образом, человеческий капитал является основой управления качеством, ведь человеческий капитал оказывает положительное влияние на управление качеством. Это вторая гипотеза в данном исследовании.

Оценка заинтересованных сторон.

Михаил Барнет предположил, что корпоративная социальная ответственность оказывает влияние на отношения с заинтересованными сторонами, и утверждает, что корпоративная социальная ответственность – это социальная деятельность или же деятельность по созданию нематериальных активов [10].

Ида Грэмур в своих исследованиях позиционируют расширение управления качеством на управление заинтересованными сторонами как одну из областей управления качеством. Ее коллеги же предполагают, что традиционное управление качеством, такое как ISO 9000s, также может повлиять на оценку заинтересованных сторон. Утверждается, что компании с сертифицированными системами менеджмента должны сконцентрировать свое внимание на всю производственную цепочку и усилить сотрудничество с заинтересованными сторонами, чтобы сделать следующий шаг к внедрению более устойчивых систем управления [11].

Исходя из вышесказанного, корпоративная социальная ответственность оказывает положительное влияние на оценку заинтересованных сторон. Это третья гипотеза в данном исследовании. Управление качеством оказывает положительное влияние на оценку заинтересованных сторон. Это четвертая гипотеза в представленной работе.

Корпоративная социальная ответственность признана корпоративной стратегией, в современном научном обществе принято считать, что корпоративная социальная ответственность улучшает финансовые показатели за счет дифференциации корпоративных продуктов и услуг.

Управление качеством также влияет на финансовые показатели. Томас Пауэлл предполагает, что обеспечение качества делает продукты и услуги компании более привлекательными в глазах потребителей и влияет на финансовые показатели организации. Гарантия качества – это преимущество, которое получают клиенты. Следовательно, управление качеством влияет на финансовые показатели [12].



Концептуальная модель

Исходя из вышесказанного, корпоративная социальная ответственность оказывает положительное влияние на финансовые показатели. Это пятая гипотеза в нашей работе. В свою очередь, управление качеством оказывает положительно влияние на финансовые показатели, что стало шестой теорией в нашей работе. Концептуальная модель показана на рисунке.

Методы исследования.

Опрос. Мы провели опрос, в котором приняли участие 260 человек. Среди них были научные сотрудники, управленцы крупных компаний и частные предприниматели. Целью опроса стало выявление параметров для количественной метрики перечисленных выше переменных. Анкета была направлена сотрудникам ряда российских университетов, госкорпораций и предпринимательских клубов.

Байесовское иерархическое моделирование. Существует моделирование структурными уравнениями в качестве метода, часто используемого для проверки взаимосвязи нескольких элементов одновременно. Дабы ввести в исследование количественную метрику в качестве переменной наблюдения, вместо обычного метода оценки чаще всего используется байесовская оценка.

Анализ предлагается проводить в соответствии с концептуальной моделью (рисунок). Для принятия управленческих решений компанией необходимо ввести аналитическую модель, которая не будет являться абстрактной.

Используя аналитические модели, руководство может легко определить, на какую из переменных стоит обратить особое внимание для достижения целей организации. Для определения анализируемых аспек-

тов в исследовании был проведен онлайн-опрос, интернет-аудит и экспертное интервью с Скорб Екатериной Владимировной, руководителем Международного научно-образовательного центра информационных технологий.

Экспертное интервью. Екатерина Скорб на протяжении долгих лет занимает руководящую должность в научно-образовательном центре информационных технологий. Помимо управленческих наук, Екатерина Владимировна является компетентным специалистом в области анализа данных.

Результаты исследования и их обсуждение

Удовлетворение необходимости использования аналитических инструментов для выявления взаимосвязи между человеческим капиталом, управлением качеством и корпоративной социальной ответственностью ставит перед нами ряд задач, среди них, наиболее актуальной автор исследования считает подбор количественной метрики для анализа человеческого капитала, корпоративной социальной ответственности, управления качеством, оценки заинтересованных сторон и финансовых показателей организации.

В опросе были приведены следующие параметры количественной метрики: средняя годовая заработная плата сотрудника, средний возраст сотрудника, средний стаж работы, изменение количества работников в штате, уровень удержания сотрудников в первые 3 года, экологическая оценка, рост продаж, изменение прибыли, место в рейтингах устойчивого развития компаний и предложили участникам опроса дополнить список. Помимо того, в анкете предла-

галось оставить свое мнение касательно уже подобранных параметров, действительно ли каждый из них в смежном анализе позволит аналитически установить взаимосвязь между человеческим капиталом, управлением качеством и корпоративной социальной ответственностью.

К удивлению, нам был предложен обширный сектор из более чем сорока параметров и количественных метрик, необходимых для их анализа взаимосвязи. По результатам опроса мы составили ранжированный список аспектов анализа взаимосвязи, который в дальнейшем был подвержен экспертной оценке Скорб Екатерины Владимировны.

В рамках экспертного интервью Екатерина Скорб поделилась с нами опытом принятия управленческих решений и оставила свой комментарий по поводу аналитического подхода к выявлению взаимосвязи между человеческим капиталом, управлением качеством и корпоративной социальной ответственностью: «Определенно, использование количественной метрики позволяет субъективно оценить положение компании, но самым важным фактором подобного анализа является грамотный подход к определению переменных, на которые мы будем опираться при принятии управленческого решения». Поимого, в наши дни, информационные технологии позволяют автоматизировать процесс анализа данных, как говорит Екатерина, остается только определить вводные.

После обсуждения результатов опроса с экспертом, нами были выявлены наиболее актуальные для аналитического подхода к установлению интересующей нас взаимосвязи. В этот список попали: средняя годовая заработная плата сотрудника, количество премий за год, средний возраст сотрудника,

средний стаж работы, изменение количества работников в штате, уровень удержания сотрудников в первые 3 года, в последующие 5 лет, экологическая оценка, средняя годовая заработная плата сотрудника, средний возраст сотрудника, средний стаж работы, изменение количества работников в штате, уровень удержания сотрудников в первые 3 года, экологическая оценка, рейтинг компании в глазах потребителя, рост продаж, изменение прибыли, занимаемое место в рейтингах устойчивого развития, количество возвратов товара, количество покупателей, недовольных качеством товара или услуги. Данный список может быть дополнен для увеличения точности при анализе взаимосвязи параметров.

Заключение

В работе было установлено, что человеческий капитал влияет на корпоративную социальную ответственность компании, что было подтверждено мнением научных специалистов и руководителей организаций, а также аналитически выявлено в рамках работы с результатами опроса и проведенного интернет-аудита. Помимо того, управление качеством и корпоративная социальная ответственность оказались связаны между собой. Тем самым, предположения о том, что человеческий капитал оказывает положительное влияние на корпоративную социальную культуру и управление качеством подтверждаются.

Предложены параметры модели, которая поможет руководству принимать управленческие решения основываясь на фактах и объективных данных, включающих в себя широкий спектр переменных, описанных в работе.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Библиографический список

1. Anderson J.C., Rungtusanatham M., Schroeder R.G. A Theory of Quality Management Underlying the Deming Management Method. Acad. Manag. Rev. 1994. Vol. 19. No. 3. P. 472–509.
2. Johan R., Göran R., Nicola D., Carlo, Leif E. Intellectual capital: Navigating the new business landscape. Macmillan Business, 1997.
3. MERITUM: MEasuRing Intangibles To Understand and improve innovation Management. Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles, 2002.

4. Iwamoto H., Takahashi M. A Quantitative Approach to Human Capital Management. *Procedia – Soc. Behav. Sci.* 2015. Vol. 172. P. 112–119.
5. Bowen H.R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Brothers, 1953.
6. Okamoto D. Sociality of a firm and the CSP-CFP relationship: using artificial neural networks. *Mita Bus. Rev.* 2014. Vol. 50. No. 3. P. 83–103.
7. Porter M.E., Kramer M.R. Corporate Social Responsibility. *Harv. Bus. Rev.* 2006. Vol. 84. No. 12. P. 78–92.
8. Surroca J., Tribó J.A., Waddock S. Corporate responsibility and financial performance: the role of intangible resources. *Strateg. Manag. J.* 2010. Vol. 31. No. 5. P. 463–490.
9. Spangenberg J.H. The Corporate Human Development Index CHDI: a tool for corporate social sustainability management and reporting. *J. Clean. Prod.* 2016. Vol. 134. P. 414–424.
10. Barnett M.L. Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. *Acad. Manag. Rev.* 2007. Vol. 32. No. 3. P. 794–816.
11. Siva V., Gremyr I., Bergquist B., Garvare R., Zobel T., Isaksson R. The support of Quality Management to sustainable development: a literature review. *J. Clean. Prod.* 2016. Vol. 138. P. 148–157.
12. Друкер П. *Практика менеджмента* / пер. с англ. И. Веригина; науч. ред. Н. Насикан. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 416 с.
13. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. *Корпоративная культура: теория и практика: монография*. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.