

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов

Специальность 080502 Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)

Кафедра экономики природных ресурсов

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Тема работы
Оценка социальной активности предприятий нефтегазовой отрасли УДК 005.35-044.963:622.323

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э00	Колмаков Андрей Александрович		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Глызина Татьяна Святославовна			

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Глызина Татьяна Святославовна			

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Грахова Елена Александровна			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Григорий Юрьевич	д.э.н		

Томск – 2016 г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов
Специальность 080502 Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)
Кафедра экономики природных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Дипломная работа

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
з-2э00	Колмакову Андрею Александровичу

Тема работы:

Оценка социальной активности предприятий нефтегазовой отрасли

Утверждена приказом директора (дата, номер)

№ 1179/с от 16.02.2016г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:

27 мая 2016г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе	<i>Научная литература , интернет-ресурсы, учебная литература .</i>
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов.	<ol style="list-style-type: none">1. дать понятие социально активного предприятия;2. показать взаимосвязь социальных активности и ответственности предприятия;3. дать определение корпоративной социальной ответственности ;4. провести анализ внутренней и внешней социальной политике ПАО«Газпром»;5. Провести оценку на результатах анализа на предмет социально активного предприятия;6. разработать рекомендации по усовершенствованию социальной политики предприятия.

Перечень графического материала	
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант
Теоретический раздел. Понятие социальной активности. Определение, сущность, функции и роль социальной ответственности. Цели и задачи социально активного предприятия.	Глызина Татьяна Святославовна
Практическа часть. Характеристика ПАО «Газпром». Анализ внутренней КСО ПАО «Газпром». Анализ внешней КСО ПАО «Газпром»	Глызина Татьяна Святославовна
Оценка социальной активности ПАО «Газпром». Предложение по улучшению социальной политике ПАО «Газпром».	Глызина Татьяна Святославовна
Социальная ответственность	Грахова Елена Александровна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	18.02.2016
-------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Глызина Татьяна Святославовна			

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2э00	Колмаков Андрей Александрович		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-2э00	Колмаков Андрей Александрович

Институт	Институт природных ресурсов	Кафедра	Экономика природных ресурсов
Уровень образования	Специалист	Направление	Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p><i>Положения и рекомендации по корпоративной и социальной ответственности, используемые в российской практике</i></p> <p><i>Внутренняя документация предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Генеральный коллективный договор ПАО «Газпром» и его дочерних обществ. - Официальный сайт компании ПАО «Газпром» - Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Газпром», аудиторское заключение.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p><i>Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - безопасность труда; - стабильность заработной платы; - поддержание социально значимой заработной платы; - дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - оказание помощи работникам в критических ситуациях. 	<p><i>Оценить внутреннюю социальную ответственность ПАО «Газпром» с позиции факторов внутренней социальной среды:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - мотивация персонала, - развитие персонала, - молодежная политика
<p><i>Анализ факторов внешней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - спонсорство и корпоративная благотворительность; - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - готовность участвовать в кризисных ситуациях; - ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), и т.д. 	<p><i>Описать политику внешней социальной ответственности ПАО «Газпром» с внешней социальной среды со стороны:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - благотворительности, - содействия охране окружающей среды, - мероприятий, посвященных здоровому образу жизни
<p><i>1. Определение стейкхолдеров организации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренние и внешние стейкхолдеры организации; - краткое описание и анализ деятельности стейкхолдеров организации. 	<p><i>Определить стейкхолдеров ПАО «Газпром»</i></p>
<p><i>2. Определение структуры программы КСО</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Наименование предприятия; - Элемент; - Стейкхолдеры; - Сроки реализации мероприятия; 	<p><i>Определить структуру значимых программ КСО ПАО «Газпром» (элементы, заинтересованные лица, сроки реализации)</i></p>

- Ожидаемый результат от реализации мероприятия.	
3. Определение затрат на программы КСО -расчет бюджета затрат на основании анализа структуры программы КСО	Определить затраты на программы КСО ПАО «Газпром»
4. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	Оценка эффективности программ КСО на предприятии ПАО «Газпром»
Перечень графического материала:	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	05.05.2016
-------------------------------------------------------------	------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент кафедры менеджмента	Грахова Елена Александровна			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
з-2э00	Колмаков Андрей Александрович		

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт природных ресурсов

Направление подготовки (специальность) 080502 Экономика и управление на предприятии (нефтяной и газовой промышленности)

Уровень образования специалитет

Кафедра экономики природных ресурсов

Период выполнения _____ весенний семестр 2015/2016 учебного года _____

Форма представления работы:

Дипломная работа

(бакалаврская работа, дипломный проект/работа, магистерская диссертация)

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
 выполнения выпускной квалификационной работы**

Срок сдачи студентом выполненной работы:

27.05.2016 г.

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
31.03.2016	Глава1. Теоретические аспекты социальной активности предприятия	15
13.04.2016	Глава2. Анализ социальной активности на примере ПАО «Газпром»	20
25.04.2016	Глава3. Оценка и предложения по улучшению социальной политике ПАО «Газпром»	20
12.05.2016	Глава4. Социальная ответственность	20
20.05.2016	Нормоконтроль	15
25.05.2016	Предварительная защита	10
27.05.2016	Сдача готовой работы.	<i>Итого: 100</i>

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Глызина Татьяна Святославовна	к.х.н.		

СОГЛАСОВАНО:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Григорий Юрьевич	д.э.н.		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа состоит из 81 страниц, 4 рисунков, 7 таблиц, 38 источников литературы.

Ключевые слова: анализ, социальная активность, социальная ответственность, эффективность, социальная среда.

Объектом исследования являются процессы и явления социальной политики предприятия как фактора обеспечения экономической безопасности и устойчивости на предприятии ПАО «Газпром».

Предметом исследования является деятельность в области социальной политики предприятия ПАО «Газпром».

Цель работы – оценка социальной активности предприятия нефтегазовой отрасли на примере ПАО «Газпром».

В процессе исследования проводился анализ внутренней и внешней среды предприятия, который осуществлялся графическим и аналитическим методами.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы использовалась вычислительная техника, в частности, для построения графиков и диаграмм использовалась система электронных таблиц MS Excel.

В рамках исследования была проведена систематизация теоретических подходов на предмет оценки социальной активности предприятия, обозначены основные задачи; проведен анализ социальной активности предприятия во внутренней и внешней среде, в результате которого была дана оценка и сделаны предложения по улучшению социальной политики ПАО «Газпром».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	9
1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	10
1.1 Понятие социальной активности.....	10
1.2 Определение, сущность, функции и роль социальной ответственности.....	14
1.3 Цели и задачи социально активного предприятия.....	20
2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПАО «ГАЗПРОМ».....	23
2.1 Характеристика ПАО «Газпром».....	23
2.2 Анализ внутренней КСО ПАО «Газпром».....	31
2.3 Анализ внешней КСО ПАО «Газпром».....	39
3. ОЦЕНКА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПАО «ГАЗПРОМ».....	55
3.1 Оценка социальной активности ПАО «Газпром».....	55
3.2 Предложение по улучшению социальной политике ПАО «Газпром».....	57
4.СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76
СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	78

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выпускной квалификационной работы.

Важной характеристикой экономической устойчивости для хозяйствующих субъектов является установление компромисса между получением прибыли и необходимостью удовлетворения потребностей персонала. Социальная активность предприятий, ранее являющаяся добровольным решением корпораций, интегрируется и переходит в стандарт поведения на рынке. В нефтегазовой отрасли выбор и оценка управленческих решений принимается с учетом экономического, экологического и социального критериев, что существенным образом отличает их от предприятий с традиционной системой менеджмента, ориентированного на максимизацию прибыли.

Объектом исследования являются процессы и явления социальной политики предприятия как фактора обеспечения экономической безопасности и устойчивости на предприятии ПАО «Газпром».

Предметом исследования является деятельность в области социальной политики предприятия ПАО «Газпром».

Цель работы – оценка социальной активности предприятия нефтегазовой отрасли на примере ПАО «Газпром».

Для решения поставленной цели, необходимо решить было следующие **задачи**:

- изучить теоретические аспекты социальной активности и социальной ответственности предприятия;
- провести анализ внутренней и внешней социальной активности ПАО «Газпром»;
- разработать рекомендации по усовершенствованию социальной политики предприятия.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие социальной активности

В начале двадцатого века, возникли идеи о необходимости учета социальных элементов, при общей нацеленности на получение прибыли.

Появляются призывы к восприятию работников как личностей. Происходит зарождение концепции «человеческих отношений», требующей сосредоточенности внимания в первую очередь на работнике, а не на его задании[13].

Родоначальником этой школы принято считать Э. Мэйо, который доказал, что группа рабочих представляет собой социальную систему, воздействие на которую способствует улучшению результатов труда[7].

Впервые были выдвинуты понятия «экономического человека», стремящегося к максимизации материальной выгоды от продажи рабочей силы, и «социального человека», ориентированного на получение духовного вознаграждения от работы, в том числе и признания.

Сущность концепции «человеческих отношений», в конечном счете, сводилась к необходимости получения отдачи от способности работников к групповому чувству, сплоченности, в отличие от доктрины «тейлоризма», ориентированной на материальный аспект управленческой деятельности – разделение и организацию труда, экономические интересы рабочих[11].

Далее, произошла смена моделей, с «человеческих отношений» на «человеческие ресурсы», где каждый сотрудник рассматривается как источник неиспользованных резервов[30].

Приверженцы концепции «человеческих ресурсов» воспринимают человека как целостную, многогранную личность, стремящуюся к высоким достижениям. Считается, что при современных условиях индустриальной жизни интеллектуальный потенциал любого индивида используется лишь

частично, но полноценное использование интеллекта работников вполне возможно, если будут созданы необходимые условия для деятельности, а это, несомненно, приведет к извлечению дополнительных преимуществ[10].

Концепция «человеческих отношений» предполагает удовлетворение базовых потребностей сотрудников, в то время как концепция «человеческих ресурсов» ориентирована на неосознанное стремление к достижению организационных целей, проявлению самоконтроля и ответственности, через определенные мотиваторы, которые удовлетворят высшие потребности сотрудников и подвигнут их к новым вершинам успеха.

Естественным следствием усиления социализации менеджмента, признания значимости человеческих ресурсов явились изменения в целеполагании[31].

К середине двадцатого века формируется концепция «качества жизни», на первый план выдвигаются социальные, этические и экологические цели. Происходит обоснование идеи, что в постиндустриальном обществе пристальное внимание следует обратить на разрешение социальных проблем. Появляются попытки сконструировать «ощущаемое качество жизни» или «индекс счастья»[6].

Почти в это же время, возникает концепция «организационного поведения», в которой признается равнозначная ценность, как организационной стороны управления, так и человеческого фактора. Отправным пунктом этой концепции является признание того, что потребности человека и потребности организации не всегда совпадают, в этом случае организация должна найти компромиссное решение по возникшему конфликту, интегрируя цели индивидуального работника с целями бизнеса[3]. Т.е. появляется необходимость социального партнерства внутри предприятия, дополнение экономических целей интересами различных групп сотрудников.

Социальное партнерство означает признание различного рода социальных интересов отдельных общественных групп и предоставление им права участвовать в принятии решений, в формировании общественного

мнения. Это переход рыночных отношений в сферу социальных отношений, продавцы и покупатели рабочей силы - равноправные участники социального контракта.

Признание системного характера организации и зачастую противостоящих интересов каждой из сателлитных групп, а также взаимозависимость элементов цивилизованного процесса (глобализация, экология, гражданское общество, права человека), привели к появлению концепции «интересов заинтересованных лиц», где предполагается необходимость учета интересов всех, кто прямо или косвенно попадает в зону деятельности предприятия[27]. Принятие решений, отвечающих интересам, как предприятия, так и общества, называют социальной ответственностью предприятия, т.е. организация воспринимается как часть сообщества - система, где необходимо учесть и обеспечить целый ряд интересов членов общества.

Считается, что концепция «социальной ответственности» утвердилась в тот же период, что и концепция «человеческих отношений». Первостепенную роль в ее популяризации сыграла работа известных в тот период экономистов Ф. Берли и Г. Минза «Современная корпорация и частная собственность».

Дальнейшее развитие темы социальной ответственности относится к труду американского экономиста Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнеса»[14].

Согласно концепции «социальной ответственности», предприятие должно ответственно действовать в различных сферах: здравоохранение и безопасность, защита среды обитания, гражданские права, защита интересов потребителей и др., что свидетельствует о необходимости согласования интересов целого ряда заинтересованных групп: акционеров, потребителей, работников, поставщиков, деловых партнеров, общества и т. д..

Согласно такому подходу, любое предприятие имеет обязательства перед многими группами заинтересованных сторон, т. е. является социально ответственной перед ними. На него возлагаются функции по развитию

социального, технологического, хозяйственного окружения, экологической среды, выходящие за пределы получения прибыли.

Обязательства предприятий, связанные с социальной ответственностью, способствуют их интеграции в повседневную жизнь общества: они участвуют в решении насущных проблем здравоохранения, культуры, образования, экологии, развития инфраструктуры территории и др.[18].

В настоящее время, приоритетным правилом для устойчивого развития бизнеса является обязательное выполнение ряда условий по сохранению или улучшению качества окружающей среды, т. е. осуществления полноценной экологической деятельности.

Устойчивое развитие в большинстве случаев рассматривается с точки зрения экологической эффективности, как экологически сбалансированное, обеспечивающее удовлетворение потребностей общества в настоящем, без ущерба интересов будущих поколений[28].

Экологическая ответственность – это ответственность бизнеса за соблюдение гармонии во взаимоотношениях с природой, а социальная – нацеливает бизнес на гармоничные взаимоотношения с обществом.

Предприятия, которые координируют цели организации с целями групп заинтересованных сторон, прогнозируют и предотвращают возможные противоречия, рассматривают социальную и экологическую ответственность перед обществом в качестве основополагающего принципа, а прибыль – в качестве средства достижения поставленных целей, могут быть определены как социально активные[9]. При принятии управленческих решений социально активные предприятия придерживаются социально-экономического подхода, который допускает получение экономического результата лишь при соблюдении экологических ограничений, что дает возможность выполнить экологические обязательства в отношении сохранения качества окружающей среды и социальных стандартов, что позволяет создавать нормальные условия жизни населения, т. е. выполняются социальные обязательства.

В последнее время все больше предприятий рассматривают социальную активность не как помеху развитию, а как новое средство для повышения экономической устойчивости[33].

С другой стороны, принимая решение для достижения какой либо цели любое предприятие несет ответственность, как перед внутренней, так и перед внешней средами, но только социально ответственное предприятие, выполняющее свои обязательства на добровольной основе, можно считать социально активным.

1.2 Определение, сущность, функции и роль социальной ответственности

Первое определение социальной ответственности дал Г. Боуэн: *«Социальная ответственность бизнесмена состоит в реализации такой политики, принятия таких решений, либо следования такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества».*

Определение Боуэна, подразумевает наличие общественного договора, согласующего поведение бизнесмена с целями и ценностями общества.

Конкретные условия этого договора могут быть различными в разных странах и меняться с течением времени, но договор в целом сохраняется как основной источник легитимности бизнеса, т.е. общество гарантирует свободу бизнесу, если бизнес в своей деятельности учитывают ожидания собственных сотрудников и общества[4].

Также понимание социальной ответственности в рамках определения Боуэна предполагает признание общественной роли самого бизнесмена как морального агента, способного не только воспринимать и учитывать ценности общества, но и активно принимать участие в их формировании.

Эти условия — общественный договор и моральный агент, определяют источники социальной ответственности.

На Западе, это явление сформировалось к середине прошлого века.

КСО компаний – обязательная составляющая корпоративного управления во всех развитых странах. В России, понятие корпоративной социальной ответственности возникло сравнительно недавно, и только крупные организации постепенно внедряют в свою деятельность концепцию социальной ответственности, что обусловлено рядом факторов.[16.]

Изначально, под социальной ответственностью понимали лишь политику взаимоотношений с работниками, своевременную выплату заработной платы, оплату налогов.

В конце прошлого века, когда крупнейшие компании США и развитых западноевропейских стран осознали свою ответственность перед обществом, решив выработать единые ценности во взаимоотношениях с сотрудниками и внешней средой предприятия[2].

В настоящее время существует множество трактовок понятия «корпоративная социальная ответственность».

В широком смысле – это влияние бизнеса на общество.

Согласно самой распространенной, КСО - это концепция, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес-операции, и их взаимоотношения со всем кругом связанных с компанией организаций и людей[35]. Ответственной по определению КСО можно назвать ту организацию, топ-менеджеры которой в случае возможности выбора между различными по ресурсоемкости (но приемлемыми по прибыльности) управленческими решениями готовы выбрать более ресурсоемкий вариант, если он оптимально отвечает ожиданиям собственных сотрудников и общества.

Рассматривая данное определение, следует отметить, что КСО включает в себя:

- ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами;
- ответственность в отношении потребителей;
- ответственность в отношении своих сотрудников;
- экологическую ответственность компании;

- взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем;

- ответственность компании перед обществом в целом.

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер[12].

Таблица 1- Уровни социальной ответственности бизнеса

Уровни социальной ответственности	Предполагает выполнение следующих обязательств
Первый уровень	- своевременная оплата налогов - выплата заработной платы - предоставление новых рабочих мест
Второй уровень	с адекватными условиями работы - повышение уровня квалификации работников - профилактическое лечение - развитие социальной сферы
Третий уровень	- благотворительная деятельность

Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван «корпоративной ответственностью».

Корпоративная социальная ответственность - это концепция, в соответствии с которой «компании вкладывают социальные и экологические аспекты существования в их ежедневные бизнес-операции и в их взаимодействие между стейкхолдерами на добровольной основе»[13].

Концепция корпоративной социальной ответственности представляет

отказ от классического представления о том, что главной функцией предприятия является создание ценностей через производство товаров и услуг для удовлетворения потребностей общества и на этой основе получение прибыли для ее владельцев и акционеров.

Корпоративная ответственность в новых условиях не ограничена единственной целью максимизации ценности для акционера. Ставится цель максимизации ценности для всех заинтересованных сторон и для общества в целом.

Для предприятия концепция корпоративной социальной ответственности означает, что ответственное отношение к обществу и окружающей среде может сделать бизнес более конкурентоспособным, гибким, мобильным и привлекательным для сохранения потребителей и кадрового потенциала.

Данная концепция способствует привлечению инвестиций и позволяет снизить риски компаний при сделках с банками и страховщиками. Сегодня все больше компаний стало понимать, что успешно вести бизнес, функционируя в изоляции, не представляется возможным. Именно это становится причиной начала внедрения принципа корпоративной социальной ответственности в развитие лидирующих международных компаний.

Таким образом, на данный момент КСО стала одной из центральных тем дискуссий в сферах экономики, политики, этики, менеджмента, маркетинга и PR. В свою очередь, крупнейшие мировые корпорации начали рассматривать КСО как фундамент своих действий[8].

В связи с этим, компании должны уделять особое внимание развитию корпоративных технологий социальной ответственности бизнеса, обращая особое внимание на основные факторы, влияющие на эффективность коммуникации при формировании социального имиджа организации.

Кроме того, КСО-составляющая может добавить компании конкурентоспособности относительно своих оппонентов, как лучший работодатель, собрав в свою команду лучших из лучших.

Международные исследования утверждают, что 65 % респондентов хотят

работать в социально ответственной компании. Около половины всех кандидатов задают вопросы о ценностях компании, прежде чем приступить к работе, это утверждают 64 % финансовых и HR-менеджеров во всем мире. А 60 % молодых людей в США и Канаде заявили, что хотели бы делать "хорошие" вещи.

Внедрение систем корпоративной ответственности влияет на развитие и сохранение интеллектуального капитала, управление рисками компании, за счет диалога с заинтересованными сторонами и своевременного выявления и решения возникающих проблем.

Действующая в компании система корпоративной социальной ответственности, включающая регулярную подготовку социальных отчетов, повышает прозрачность бизнеса, что дает возможность обосновывать его стоимость. И наоборот, отсутствие такой прозрачности не позволяет предприятиям стать адекватно оцененными на рынке[29]. Это актуально для многих российских предприятий, в том числе для топливно-энергетического комплекса, потому как сегодня западные нефтяные компании, часто имеющие меньшие запасы и объемы добычи, оцениваются на порядок дороже российских.

Очевидно, что концепция корпоративной ответственности поможет предприятиям структурировать активную работу в социальной и экологической среде.

Согласно программе развития ООН, выделяют внутреннюю и внешнюю социальную ответственность организации, которые можно представить в виде таблицы[20]:

Таблица 2 - Виды социальной ответственности бизнеса

Виды социальной ответственности	Элементы социальной ответственности
	-безопасность труда

<p>Внутренняя</p>	<ul style="list-style-type: none"> -стабильность заработной платы -поддержание уровня жизни -дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников -развитие человеческих ресурсов через обучающие программы подготовки, повышения квалификации -оказание помощи сотрудникам в случаях не благоприятной обстановки
<p>Внешняя</p>	<ul style="list-style-type: none"> -спонсорство и благотворительность -содействие по охране окружающей среды -ответственность перед потребителями товаров и услуг -взаимодействие с местным сообществом и местной властью

Как известно, социальная политика бизнеса сегодня строится на двух противопоставленных подходах: экономическом и социальном.

Представления о социально ответственном предприятии базируются главным образом на постулатах социально ответственного и ценностно-ориентированного бизнеса[15].

В основе этого понимания выделяется идея о том, что эффективное корпоративное управление включает в себе колоссальный потенциал

поступательного развития общества. В процессе, отвечающего современным понятиям корпоративного управления, формируется гармоничное соотношение индивидуальных и общественных интересов, устанавливается баланс между экономическими и социальными целями корпорации.

1.3 Цели и задачи социально активного предприятия

Понятие социального активного предприятия многогранно и отражает широкий спектр задач и особенностей, присущих ему. Уже, само - название указывает на то, что приоритетом здесь является не извлечение прибыли, а решение или смягчение существующих социальных проблем.

Главное значение приобретают позитивность, устойчивость и измеримость достигнутых социальных результатов. Социальный руководитель ставит перед собой задачу внесения положительных изменений в инфраструктуру общественной системы, имеющих долгосрочный эффект.

Социально активные предприятия строятся на принципах самокупаемости, финансовой устойчивости, и инновационности используемых методов и подходов.

Применение новых, уникальных инструментов, способность решать проблемы до тех пор, пока это необходимо, и за счет собственных доходов, формируют ключевые преимущества социального предпринимательства.

Если благотворительность ограничена в объеме ресурсов, времени и пространстве, то социальное предпринимательство изначально предполагает масштабируемость и тиражируемость. Целью становится не локальное решение единичного вопроса, а достижение качественно нового уровня в преодолении социально значимых проблем[36].

Таким образом, социально активные предприятия подходят к оценке и выбору управленческих решений с позиции многокритериальности, т. е. с учетом решения экономических, экологических и социальных задач, что

существенным образом отличает их от предприятий с традиционной системой менеджмента, ориентированного на максимизацию прибыли.

Опыт показывает, что в современных условиях российские предприятия все чаще рассматривают социальную активность как новое средство, которое существенно позволяет им выделяться из общей массы.

Текущие выгоды предприятия:

- экономия в связи со снижением объемов использованных природных ресурсов;
- снижение величины компенсационных выплат в результате улучшения условий труда работников;
- снижение ставок страховых платежей;
- рост выручки за счет реализации дополнительной продукции, получаемой в результате использования вторичного сырья;
- уменьшение расходов за счет снижения текучести кадров;
- рост выручки за счет улучшения организации труда и снижения простоев;
- рост выручки за счет оптимизации использования социального капитала;
- уменьшение расходов на хранение и уничтожение отходов;
- снижение выплат штрафных платежей из-за нарушения экологического законодательства.

Стратегические выгоды предприятия:

- глубокая вовлеченность персонала в процесс улучшения качества окружающей среды и улучшения социальных отношений;
- наиболее привлекательный имидж, в глазах общественности;
- упрощение процедур получения кредитов в банках;
- рост производительности труда;
- надежный выход на внешний рынок;
- снижение социальной напряженности на территории;

- улучшение экологической ситуации в рамках рассматриваемой территории;

- рост творческой активности персонала предприятия и инновационности управленческих решений;

- рост капитализации компании.

На основании рассмотренного теоретического материала, предметом которого является изучение понятия о социально активном предприятии, было установлено следующее:

В современных условиях российские предприятия все чаще рассматривают социальную активность не как помеху развитию, а как новое средство повышения экономической устойчивости[12]. С другой стороны, социальная активность предприятия, это только принятие решения, определенный вектор, направленный на достижение какой либо цели, решение, за которое предприятие несет ответственность, как перед внутренней, так и перед внешней средой, т.е. предприятие становится социально ответственным.

Основной целью социально активного бизнеса становится не локальное решение единичного вопроса, а достижение качественно нового уровня в преодолении социально значимых проблем.

2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПАО "ГАЗПРОМ"

(Конфиденциальная информация)

3. ОЦЕНКА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПАО «ГАЗПРОМ»

(Конфиденциальная информация)

4. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПАО "ГАЗПРОМ"

(Конфиденциальная информация)

Заключение

(Конфиденциальная информация)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аналитический центр при правительстве РФ. - Режим доступа: <http://ac.gov.ru/> 6. Анал
2. Афанасьев Д.В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса / Управленческие науки. 2012. № 1 (2). С. 57-60.
3. Беляева, И. Ю. Социальная активность современных компаний: аспект присутствия на территории/ И. Ю. Беляева, Н. П. Козлова// Экономические системы. - 2013. - № 2. - С. 52-55.
4. Вайнхайрдт, Й.Р. Корпоративная социальная ответственность: коммуникативные действия на внешнюю среду организаций государственного сектора / Й.Р. Вайнхайрдт, Р.М. Андрюкайтене // Современные исследования социальных проблем (эл. Журнал). – 2013. – № 10(30).
5. Волгин Н.А., Егорова В.К."Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы"(учебное пособие)-М., 2002

6. Вязовой, В. Б. Социальная ответственность бизнеса и развитие человеческих ресурсов промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук/ В. Б. Вязовой. - М., 2005. - 165 с.
7. Гришина Т.В. Эволюция теории и практики социальной ответственности предприятия: зарубежный опыт / Труд и социальные отношения. 138 2011. № 3. С. 48-57.
8. Жойдик А.П. Методы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса / Российское предпринимательство. 2013. № 6 (228). С. 94-98.
9. Игнатьева М. Н., Гиренко-Коцуба А. Н. Формирование социально- активных предприятий в условиях социализации менеджмента // Изв. УрГЭУ. 2009. № 3(25). 0,45 п.л., в т.ч. авт. 0,23 п.л.
10. Канаева, О. А. Социальная политика компании как форма реализации корпоративной социальной ответственности/ О. А. Канаева// Современные корпоративные стратегии и технологии в России: сб. науч. ст. Вып. 6. В 3 ч. Ч. 2.
11. Копылова Г.А., Озерянская М.Н. Корпоративная социальная ответственность как фактор взаимодействия бизнеса и общества / Труд и социальные отношения. 2012. № 6. С. 14-20
12. Коровяковский, И. В. Социальная ответственность бизнеса как фактор повышения его эффективности: автореф. дис. ... канд. экон. наук/ И. В. Коровяковский. - М., 2008. - 76 с.
13. Корпоративная социальная ответственность : учебник / коллектив авторов ; под. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. — М. : КНОРУС, 2016. — 320 с. — (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-04173-4 DOI 10.15216/978-5-406-04173-4
14. Костин А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие. - М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации / Центр экологической политики России, 2013. - 80 с.
15. Князев Ю. Эволюция экономической теории: от рыночного либерализма к социальному регулированию // Общество и экономика. 2008. № 3-4. С. 19-44.

16. Корпоративная социальная ответственность в современной России: теория и практика // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ.-2005.-№26 (278).
17. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие.// -Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012, 292 с.
18. Локтева Т.В., Бондаренко Е.В., Гришина М.А., Пряникова Т.А. Социально-ориентированные предпринимательские проекты как инструмент развития социальной сферы / Журнал научных и прикладных исследований. 2015. № 5. С. 27-30.
19. Магомадова, Х. А. Теоретико-методологические принципы концепции устойчивого развития/ Х. А. Магомадова//Менеджмент: Управление в социальных и экономических сетях: материалы III Междунар. научно-практич. конф./ под общей ред. С. Д. Резника. - Пенза, 2011. - 236 с.
20. Мингалева Ж.А.,Смилевская И.П. Социальная ответственность предприятий как основа успешного бизнеса и социально-экономического развития // Российское предпринимательство. — 2012. — № 17 (215). — с. 120-125. — <https://creativeconomy.ru/articles/25015/>
21. Официальный сайт предприятия. "Оплата труда и социальная поддержка персонала". [Электронный ресурс] - URL: http://csr2013.gazprom-neft.ru/hr_development/payment_of_labor_and_social_support_staff/
22. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/158>.
23. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases/
24. Официальный сайт. "Коллектив компании "Газпром" - ее основная ценность". [Электронный ресурс] - URL: <http://www.gazprom.ru/careers/>
25. Официальный сайт. "О "Газпроме". [Электронный ресурс] - URL: <http://www.gazprom.ru/about/>

26. Прохорова, А. В. Взаимодействие со стейкхолдерами как фактор качества управления компанией/ А. В. Прохорова// Корпоративный менеджмент. - 2012. - № 1. - 97 с.
27. Развитие социально ответственной практики: аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов, 2006 и 2007 годы выпуска. Аналитический обзор / А.Аленичева, Е. Феоктистова, Ф. Прокопов и др. Под общ.
28. Рогов, А. В. Тенденции формирования корпоративной социальной ответственности бизнеса 2012/ А. В. Рогов// Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. - 2012. - 43 с.
29. Российский союз промышленников и предпринимателей. Национальный регистр и библиотека нефинансовой отчетности. Официальный сайт / Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.rspp.ru/simplepage/157>
30. Социально-культурные управленческие технологии бизнеса. - М.: Финансовый университет, 2011. - С. 67.
31. Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования. 2011 /Под ред. А. А. Московской. М.: НИУ-ВШЭ. 284 с.
32. Социальная хартия российского бизнеса. Российский союз промышленников и предпринимателей. Редакция 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru/>
33. Туркин С. Деморализация социальной ответственности и проблемы оценки социальной эффективности компаний / Экономические системы. 2013. № 1. С. 18-19.
34. Харитоновна Н.А., Харитоновна Е.Н. Оценка экономической эффективности социальной деятельности предприятия / Фундаментальные исследования. 2005. № 1. С. 81-83.
35. Щербаченко П.С. Формирование процесса управления корпоративной социальной ответственностью: дисс. канд. экон. наук. М., 2011.

36. Шокола Я.В. Эволюция факторов развития корпоративной социальной ответственности в условиях российской рыночной экономики // Известия Санкт-Петербургского Университета Экономики и Финансов. – 2013. – №5. – С. 161-164.

37. <https://www.ensat.ru/>

38. <http://www.gazprom.ru/>