

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

Институт природных ресурсов
Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент в нефтегазовой отрасли»
Кафедра экономики природных ресурсов

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Корпоративная социальная ответственность и анализ ее влияния на территорию присутствия (на примере нефтегазовой отрасли)

УДК 005.35-047.44:622.323

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э11	Киреев Юрий Николаевич		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Нехода Евгения Владимировна	д-р экон. наук, профессор		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Финансовый менеджмент, ресурсоэффективность и ресурсосбережение»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата

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

Направление подготовки (специальность) 38.03.02 «Менеджмент», профиль

«Производственный менеджмент в нефтегазовой отрасли»

Кафедра экономики природных ресурсов

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

(Подпись) (Дата) Боярко Г.Ю.
(Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

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

Студенту:

Группа	ФИО
3-2Э11	Киреев Юрий Николаевич

Тема работы:

Корпоративная социальная ответственность и анализ ее влияния на территорию присутствия (на примере нефтегазовой отрасли)	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	От 16.02.2016 г. №1180/с

Срок сдачи студентом выполненной работы:	27.05.2016
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).	Предмет исследования состоит в развитии концепции корпоративной социальной ответственности на основе углубления разработки её практических аспектов в ОАО «Томскнефть» ВНК.
---	---

Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов <i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i>	1. Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности. 2. мероприятия в развитии местных территорий присутствия ОАО «Томскнефть». 3. роль стейкхолдеров в развитии и реализации корпоративной социальной ответственности и интересы территорий присутствия компании 4. международные и российские стандарты в области корпоративной социальной ответственности 5. Анализ социальной политики ОАО «Томскнефть» на территории присутствия. 6. Анализ формирования корпоративной социальной ответственности ОАО «Томскнефть»
Перечень графического материала <i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i>	
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы <i>(с указанием разделов)</i>	
Раздел	Консультант
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	
---	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
профессор	Нехода Евгения Владимировна	д-р экон. наук, профессор		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э11	Киреев Юрий Николаевич		

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

Институт природных ресурсов
Направление подготовки (специальность) 38.03.02 «Менеджмент», профиль
«Производственный менеджмент в нефтегазовой отрасли»
Уровень образования бакалавриат
Кафедра экономики природных ресурсов
Период выполнения весенний семестр 2015/2016 учебного года

Форма представления работы:

БАКАЛАВРСКАЯ 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	<i>Глава1. Теоретическая</i>	15
13.04.2016	<i>Глава2. Расчетно-аналитическая</i>	20
25.04.2016	<i>Глава3.</i>	20
12.05.2016	<i>Глава4, 5. Социальная ответственность; раздел на иностранном языке</i>	20
20.05.2016	<i>Нормоконтроль (проверка соответствия оформления требованиям к ВКР)</i>	15
25.05.2016	<i>Предварительная защита</i>	10
27.05.2016	<i>Сдача готовой работы.</i>	<i>Итого: 100</i>

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Шарф Ирина Валерьевна	К.Э.Н.		

СОГЛАСОВАНО:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
экономики природных ресурсов	Боярко Григорий Юрьевич	Д.Э.Н		

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
3-2Э11	Киреев Юрий Николаевич

Институт	Природных ресурсов	Кафедра	Экономики природных ресурсов
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.02 Менеджмент

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

– Положения и рекомендации по корпоративной и социальной ответственности, используемые в российской практике – Внутренняя документация предприятия, официальной информации различных источников, включая официальный сайт предприятия, отчеты	ГОСТ ISO 14001:2004 «Руководство по социальной ответственности», Ежегодных независимых аудитов на соответствие требованиям международного стандарта. Официальный сайт ООО «Томскнефтехим». Социальный кодекс ООО «Томскнефтехим». Отчет об устойчивом развитии ООО «Томскнефтехим». за 2008 год.
--	--

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

Анализ факторов внутренней социальной ответственности: – 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.	Анализ факторов внутренней социальной ответственности ООО «Томскнефтехим», направленных на обеспечение безопасности деятельности сотрудников предприятия и поддержание для них достойного уровня жизни
Анализ факторов внешней социальной ответственности: – 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.	Факторы внешней социальной ответственности на основе исследования деятельности ООО «Томскнефтехим». в области охраны окружающей среды и взаимодействия с местным сообществом
1. Определение стейкхолдеров организации: - внутренние и внешние стейкхолдеры организации;	Определение стейкхолдеров программ КСО ООО «Томскнефтехим».

- краткое описание и анализ деятельности стейкхолдеров организации.	
2. Определение структуры программы КСО - Наименование предприятия; - Элемент; - Стейкхолдеры; - Сроки реализации мероприятия; - Ожидаемый результат от реализации мероприятия.	Анализ программ корпоративной социальной ответственности, реализуемых ООО «Томскнефтехим».
3. Определение затрат на программы КСО - расчет бюджета затрат на основании анализа структуры программы КСО	Затраты на реализацию программы КСО на предприятии ООО «Томскнефтехим» на основе отчета об устойчивом социальном развитии.
4. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	Оценка эффективности и направленности реализуемых программ корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим». и при необходимости выработка рекомендаций
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

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

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Грахова Е.А.			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-2Э11	Киреев Ю.Н.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа состоит из 101 страниц, 14 рисунков, 14 таблиц, 41 источник литературы.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, ответственность, социальная ответственность, вертикально интегрированные нефтяные компании, экологическая политика.

Объект исследования – ОАО «Томскнефть» ВНК.

Цель исследования состоит в совершенствовании корпоративной социальной ответственности на основе углубления разработки её практических аспектов.

В процессе исследования применялись такие методы научного познания как: диалектический, логический, исторический, системный, методы анализа и синтеза, сравнительно-аналитический, абстрактно-логический и математический методы.

Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты, а также информация, содержащаяся в научной, монографической и периодической литературе, материалах научных конференций, данные статистической отчетности ОАО «Томскнефть» ВНК за 2012-2014 гг.

В результате исследования достигнута цель исследования: проведено исследование социальной ответственности ОАО «Томскнефть» ВНК.

Степень внедрения: результаты исследования могут быть использованы в практической деятельности исследуемого предприятия. Область применения: деятельность ОАО «Томскнефть» ВНК. Экономическая значимость работы состоит в совершенствовании социальной ответственности и методов ее оптимизации, применение которых приведет к улучшению положения ОАО «Томскнефть» ВНК.

В будущем планируется дальнейшее исследование деятельности предприятия и определение дополнительных направлений развития.

Оглавление

Введение.....	10
1. Теоретические основы формирования корпоративной социальной ответственности.....	13
1.1 Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности	13
1.2 Основные международные и российские стандарты в области корпоративной социальной ответственности	24
1.3 Тенденции развития корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли в России	34
2. Анализ формирования корпоративной социальной ответственности на примере ОАО «Томскнефть»	39
2.1 Краткая характеристика ОАО «Томскнефть» и анализ стратегии корпоративной социальной ответственности	39
2.2 Анализ социальной политики ОАО «Томскнефть» на территории присутствия.....	46
3. Развитие местных территорий как основа реализации корпоративной социальной ответственности на примере ОАО «Томскнефть»	63
3.1. Роль стейкхолдеров в развитии и реализации корпоративной социальной ответственности и интересы территорий присутствия компании	63
3.2. Разработка мероприятий по развитию местных территорий присутствия ОАО «Томскнефть»	73
4. Социальная ответственность.....	83

4.1 Определение целей и задач программы КСО	83
4.2 Определение стейкхолдеров программы КСО.....	85
4.3 Определение элементов программы КСО	88
4.3.1 Программа по укреплению ответственности компании в качестве представителя российского сообщества	88
4.3.2 Социальная программа	89
4.3.3 Экологическая программа	90
4.4 Определение затрат на программу	92
4.5 Ожидаемая эффективность программы КСО.....	93
Заключение	95
Список литературы	97

Введение

Актуальность темы исследования. В современном мире социальная ответственность бизнеса имеет важное значение во взаимоотношениях между компанией и ее стейкхолдерами. Компании соревнуются за места в рейтингах по устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности, за право быть включенными в ведущие фондовые индексы устойчивости и социальные индексы. Все больше компаний в России и мире публикуют нефинансовую отчетность. Растет количество агентств, предлагающих рейтинги в области корпоративной социальной ответственности (далее КСО). В России за последние два-три года было создано более 7 рейтингов, оценивающих различные аспекты КСО.

КСО является показателем реального участия компании в решении социально-экономических проблем общества. В это понятие входит соблюдение организацией требований закона, морально-этических норм и исполнение обязательств перед широким кругом стейкхолдеров.

В настоящее время актуальным является вопрос оценки социальной полезности результатов деятельности организации. Без критериев оценки, характеризующих проявления корпоративной социальной ответственности, невозможно анализировать текущее состояние, делать прогнозы, невозможно сравнивать компании, управлять социально ответственной деятельностью. Отсутствие общих подходов к оценке КСО затрудняет планирование, учёт, контроль средств и мероприятий, связанных с обеспечением социальной ответственности.

Тем не менее, вопросы методов оценки КСО ввиду сложности и многоаспектности изучены недостаточно. Это определило актуальность темы исследования.

Исследованиям в области изучения комплексной оценки корпоративной социальной ответственности посвящены работы Т.А. Гороховой, Д.Г. Перекрестова, И.П. Поварича, В.А. Шабашева, Л.С. Шилова,

Н.Ю. Лапиной. Авторы выдвигают собственные методики добровольной оценки корпоративной социальной ответственности компаний в отдельных регионах с учетом местной специфики.

Цель исследования состоит в развитии концепции корпоративной социальной ответственности на основе углубления разработки её практических аспектов на примере ОАО «Томскнефть».

Для достижения указанной цели, необходимо решить следующие задачи:

- определить понятие и сущность корпоративной социальной ответственности;
- изучить основные международные и российские стандарты в области корпоративной социальной ответственности;
- рассмотреть тенденции развития корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли в России;
- представить краткую характеристику ОАО «Томскнефть» и анализ стратегии корпоративной социальной ответственности;
- провести анализ социальной политики ОАО «Томскнефть» на территории присутствия;
- выявить роль стейкхолдеров в развитии и реализации корпоративной социальной ответственности и интересы территорий присутствия компании;
- разработать мероприятия в развитии местных территорий присутствия ОАО «Томскнефть».

Объект исследования – корпоративная социальная ответственность в нефтегазовой отрасли России.

Предметом исследования являются факторы и условия формирования корпоративной социальной ответственности, а также показатели, характеризующие результаты деятельности в сфере социальной ответственности компании, подходы и методы их оценки.

Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты, а также информация, содержащаяся в научной,

монографической и периодической литературе, материалах научных конференций, данные статистической отчетности ОАО «Томскнефть» ВНК за 2012-2014 гг.

В процессе исследования применялись такие методы научного познания как: диалектический, логический, исторический, системный, методы анализа и синтеза, сравнительно-аналитический, абстрактно-логический и математический методы.

Цель и задачи исследования определили структуру данной работы, она состоит из введения, четырех глав, заключения, списка используемой литературы.

1. Теоретические основы формирования корпоративной социальной ответственности

1.1 Понятие и сущность корпоративной социальной ответственности

Во второй половине XX века изучение вопроса о социально-экономическом развитии общества привело к рождению концепции корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития бизнеса. Во многом на это повлияло повышение требований общества к бизнесу в области решения социальных и экологических проблем. Пришло осознание того, что успешное и устойчивое функционирование бизнеса в социуме предполагает не только получение прибыли для акционеров, но соблюдение общепринятых этических правил и учет общественных ожиданий.

В экономической литературе, давая определение термину «бизнес», авторы не обозначают необходимость ориентации предпринимательства на службу общества. Так, например, «бизнес – предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль. Делать бизнес на чем-нибудь – получать доход»¹ или «бизнес – предпринимательская деятельность; дело, занятие, являющееся источником дохода»². Из данных определений напрашивается неверный вывод о том, что прибыль является целью, средством и мотивом предпринимательской деятельности. До недавнего времени в обществе доминировала такая трактовка термина «бизнес», однако современное общество предъявляет иные требования. В современных глобализационных процессах информационной открытости, результаты деятельности организации, становятся открытыми для любого пользователя. Управленческие решения влияют на имидж фирмы,

¹ Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. Slovar.cc. – Режим доступа: <http://slovar.cc/enc/bolshoy/2071495.html>

² Бизнес словарь [Электронный ресурс]. Businessvoc. – Режим доступа: http://www.businessvoc.ru/bv/term.asp?word_id=14909&theme=&rating=.html

формируют общественное мнение. Как следствие, фирмам необходимо осуществлять свою финансово-хозяйственную деятельность, удовлетворяя общественные запросы.

Одной из задач государства является создание подобной среды, через обеспечение общества необходимыми благами для развития, повышения квалификации и уровня образования, обеспечения рабочими местами и пр.

Корпоративная социальная ответственность играет важную роль в обеспечении конкурентоспособности. Изменения степени конкурентоспособности определяются источниками конкурентными преимуществами, а именно, процессами и явлениями внешней среды, внутренними процессами в организации. Наиболее часто выделяют такие ключевые факторы обеспечения конкурентных преимуществ организации как: инновации, производительность, человеческие ресурсы и корпоративная социальная ответственность³.

Как следует из литературы, проблемам отношений бизнеса и общества посвящается достаточно много исследований, где предлагаются определения, которые можно ассоциировать с корпоративной социальной ответственностью, такие как «корпоративная социальная деятельность», «этика бизнеса», «корпоративная филантропия» и др. Ряд авторов по-разному характеризуют корпоративную социальную ответственность бизнеса, используя специальную терминологию, определяют это понятие исходя из особенностей профессиональной деятельности. От сущности трактовки корпоративной социальной ответственности зависит и её содержание.

В научной литературе существуют различные трактовки социальной ответственности бизнеса. Социальная ответственность – выполнение предприятием законодательно установленных и добровольно принятых социальных обязательств по отношению к персоналу, развитию социально-

³ Замураева, Л.Е. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации / Л. Е. Замураева // Проблемы экономики отраслей и предприятий. – Тюмень. – 2007. – С. 53–58

трудовой сферы предприятия и социальной сферы общества, местного сообщества, на территории которого оно осуществляет свою основную деятельность⁴, или социальная ответственность как базовая ценность в обществе и как инструмент решения совокупности социально-экономических задач⁵. Трактовки понятия «корпоративная социальная ответственность» представлены ниже в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Трактовки понятия «корпоративная социальная ответственность»

Автор	Определение социальной ответственности и корпоративной социальной ответственности
Благов Ю.В.	«КСО – концепция, в соответствии с которой организация учитывает интересы общества, беря на себя ответственность за влияние её деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы. Ответственность выходит за рамки установленного законом обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организация принимает на себя обязательства по повышению качества жизни работников и их семей» ⁶ .
Внешэкономбанк	КСО – добровольный вклад организации в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью организации и осуществляемый преимущественно дополнительно по отношению к требованиям законодательства ⁷ .
Давиньон Э. (Европейское движение предпринимателей за социальную консолидацию)	Что бы ни понималось под корпоративной социальной ответственностью, это не благотворительность и не развитие связей с общественностью. Смысл социальной ответственности – в осознанной заинтересованности бизнеса приносить пользу обществу в целом

⁴ Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – С. 45–46

⁵ Измайлова, М.А. Социальная ответственность образовательных организаций в условиях экономики знаний / М. А. Измайлова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2014. – № 5 (37). – С. 130–133

⁶ Благов, Ю.В. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.В. Благов // Вестник С.-Петербургского ун-та. – Сер. Менеджмент (2). – 2006. – С. 3–24

⁷ Дмитриев, В.А. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: Учебное пособие. – М.: Внешэкономбанк, 2011. С.52-53

Данилова О.В.	Корпоративная социальная ответственность – это деятельность, направленная на создание стабильной экономической среды обитания; интеллектуализация человеческого капитала ⁸ .
Коротков Э.М.	Корпоративная социальная ответственность – реализация интересов компании (корпорации) посредством обеспечения развития её коллектива и участия компании в развитии общества ⁹ .
Петрова Н., Титкова А.	КСО может пониматься узко, как забота о социуме, как вложения в рабочую силу, в человеческий капитал через фонды общественного потребления – здесь интересы бизнеса во многом сходятся с властью, либо социальная ответственность понимается более широко – как удовлетворение потребностей общества, служение обществу ¹⁰ .
Попов Ю.Н.	КСО как «теоретическая основа социального аудита», определение «согласия, баланса интересов и компромисса между классом собственников, и наемных работников» ¹¹ .
Робинс П.	КСО – обязательство фирмы преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятое ею сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями ¹² .
Фиглин Л.	КСО означает способность организации оценить последствия своей деятельности для устойчивого развития общества. КСО – широкое понятие, охватывающее и такие проблемы, как экология, социальная справедливость, равноправие ¹³ .
Шпотов Б.М.	КСО фирмы – максимальное использование преимуществ компании и сведение к минимуму недостатков, которые затрагивают как участников бизнеса, так и общество в целом ¹⁴ .
Deutsche Bank	КСО – специальный вид деловой активности, вдохновленный компетентным интересом; ситуация, в которой выигрывают и бизнес, и

⁸ Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Данилова Ольга Викторовна. – М., 2009. – С.25

⁹ Коротков, Э. М. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2013. С.30

¹⁰ Власть, бизнес, общество в регионах: неправильный треугольник / под ред. Н.Петрова, А. Титкова; Моск. Центр Карнеги. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2010. С.421-423

¹¹ Поручение Президента Российской Федерации от 6 июня 2010 г. №ПР- 1640, данное по итогам заседания президиума Государственного совета РФ 27 мая 2010 г. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Проф. версия. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

¹² Робинс, П. Менеджмент / П. Робинс, М. Коултер / 6-е изд.; пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. С.206-209

¹³ Фиглин, Л. Модель управления качеством социальной ответственности организации / Л. Фиглин, В. Мосейко // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – №2. – С. 86 – 91

¹⁴ Шпотов, Б.М. Деловая этика и менеджмент: современные подходы / Б. Шпотов // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №1. – С. 89-90

	общество
Grayson D., Hodges A.	КСО – это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны общественной сферы ¹⁵ .

Из таблицы 1.1 можно заключить, что приведенные выше определения схожи в следующих аспектах:

устойчивое развитие общества является одной из первостепенных задач развития корпоративной социальной ответственности;

корпоративная социальная ответственность должна учитывать интересы всех заинтересованных сторон, как внешних, так и внутренних, способствуя повышению качества жизни;

необходима интеграция корпоративной социальной ответственности в стратегию развития компании;

соблюдение принципов КСО способствует ее более эффективному развитию, повышению безопасности и устойчивости бизнеса, улучшению финансовых результатов.

Сравнив определения корпоративной социальной ответственности, можем дать свое толкование КСО. По нашему мнению, корпоративная социальная ответственность – это интеграция принципов КСО в практическую деятельность (бизнес-процессы), с учетом ожиданий внутренних и внешних стейкхолдеров, с целью повышения положительного влияния на общество, укрепления репутации ответственной компании и снижения отрицательного воздействия, нефинансовых рисков и, в конечном итоге, для увеличения прибыли для акционеров.

В исследовании подчеркивается, что следование принципам КСО в повседневной деятельности позволяет компаниям получать следующие конкурентные преимущества:

¹⁵ Grayson, D. Corporate Social Opportunity! Seven Steps to Make Corporate Social Responsibility Work for Your Business / D. Grayson, A. Hodges. – Sheffield: Greenleaf Publishing, 2004. С.150-151

привлечение компетентных и креативных сотрудников;
управление экологическими и социальными рисками;
улучшение делового климата и имиджа организации; повышение уровня доверия со стороны общественности.

Несмотря на то, что практика КСО начиналась с корпораций, можно говорить, что любая коммерческая организация (в данном контексте термины «фирма», «предприятие», «корпорация» могут употребляться в качестве синонимов) должна проявлять свою «социальную ответственность» перед обществом. Соответственно, термин «корпоративная социальная ответственность» может быть отнесен не только к крупному, но среднему или малому бизнесу. В данном исследовании будут рассматриваться коммерческие юридические лица в виде хозяйственных обществ (АО и ООО), относящиеся к корпорациям. Организационно-правовые формы указаны по новой классификации юридических лиц, определенной в соответствии с изменениями в ГК РФ от 01.09.2014.

Актуальные тенденции в современном обществе повлияли на развитие концепции КСО¹⁶:

социальные функции предпринимательства в большей мере начинают обуславливать экономическую функцию (получение прибыли);

профсоюзы становятся органической частью гражданского общества;

наряду с национальным трудовым законодательством становятся широко распространенными стандарты социальной ответственности международных неправительственных организаций и пр.;

с развитием трудового законодательства значительно повышается социальная ответственность делового сообщества и профсоюзов.

КСО является предметом многочисленных дискуссий среди ученых, представителей бизнеса и рядовых потребителей.

¹⁶ Гришина, Т.В. Социальная ответственность в системе регулирования социально-трудовых отношений: автореферат дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Гришина Татьяна Васильевна. – М., 2011. – С. 35-37

Сторонники КСО утверждают об экономической эффективности. Организации приобретают ряд конкурентных преимуществ от того, что реализуют более значимые стратегические установки, чем извлечение максимальной прибыли в краткосрочной перспективе.

Противники КСО утверждают, что данная концепция вводит в заблуждение бизнес и потребителей, подменяя роль бизнеса и основные цели экономического роста, получения прибыли, и подменяет фундаментальную экономическую роль бизнеса, при этом считая КСО средством приукрашивания реалий; другие выдвигают тезис о том, что это попытка подменить роль государственных органов в качестве общественного контроля крупных корпораций.

На пути становления концепции КСО всегда появлялись спорные моменты по вопросам реализации социальной ответственности, всегда находились как сторонники, так и противники КСО.

Для наиболее более полного представления о формировании теоретической базы КСО рассмотрим генезис концепций КСО. основополагающие работы по проблематике корпоративной социальной ответственности появились в начале XX в., первоисточником их систематического научного анализа стала опубликованная в 1953 г. книга Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», в которой были обозначены условия и направления дальнейшей дискуссии по указанной проблеме¹⁷.

Становление и эволюция аналогичных теорий, а также попытки их систематизации отражены в работах Д. Виндзора, А. Керролла, Р. Штойера.

А. Керролл в своем исследовании сделал попытку проследить основные изменения в терминологической системе за десятилетие. Так, по его мнению, 50-е годы прошлого столетия могут рассматриваться как

¹⁷Bowen, H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y.: Harper & Row, 1953. – P. 36-42

зарождение современного этапа развития социальной ответственности, в 60-х намечена тенденция содержательного углубления понятий КСО, в 70-х отмечается появление различных направлений и форм реализации социальной ответственности; 80-е годы - период, характеризующийся аккумуляцией знаний в области КСО, увеличением публикаций и становлением концепции в области КСО¹⁸.

Предложенная К. Девисом концепция КСО строится на следующих принципах:

организации должны быть мотивированы рыночными инструментами, быть прозрачными в своей деятельности перед общественностью;

списание части стоимости готовой продукции и услуг на социальные затраты должно рассчитываться тщательно;

направления развития социальной ответственности обозначаются общественностью. Государство должно создавать условия и быть примером социальной ответственности¹⁹.

К. Девис выявил, для компаний выгодно развивать свою социальную ответственность, так как это способствует увеличению её стоимости, а избегание социальной ответственности ограничивает экономические возможности предприятий.

М. Марревийк, Л. Ненси и Ф. Котлер обратили внимание на важность соотношения КСО и «корпоративной устойчивости»²⁰.

А. Конрад, М. Лангер, Р. Штойер, А. Мартинуззи выдвинули параметры модели, которая согласует КСО с концепциями «управление

¹⁸ Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A.B. Carroll // Business and Society. – 1999. – N 38 (3). – P. 268–295

¹⁹ Davis, K. Business and Society: Environment and Responsibility / K. Davis, R. Blomstrom. – N.Y.: McGrawHill, 1975. – P. 174–175.

²⁰ Marrewijk, M. van. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: between Agency and Communion / M. Marrewijk // Journal of Business Ethics. – 2003. – Vol.44, N 2/3. – P. 95–105

отношениями с заинтересованными сторонами», «устойчивое развитие», «корпоративная устойчивость»²¹.

Д. Виндзор в своем исследовании определил, что управление заинтересованными сторонами и концепция корпоративного гражданства являются альтернативными.

Таким образом, за более чем шестидесятилетнюю историю становления КСО как концепции, определены основные направления социальной ответственности бизнеса²².

Развитие концепции КСО представлено ниже на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Развитие концепции корпоративной социальной ответственности

Что касается форм реализации КСО, то, на наш взгляд, все проявления социальной ответственности можно объединить в две группы (внутренняя

²¹ Corporations, Stakeholders and Sustainable Development: A Theoretical Exploration of Business-Society Relations / R. Steurer, M. Langer, A. Konrad, A. Martinnuzzi // Journal of Business Ethics. – 2005. – Vol.61, N 3. – P. 263–281

²² Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – С. 211-215

форма реализации КСО и внешняя форма реализации КСО) с точки зрения воздействия на внутренних и внешних стейкхолдеров. Инструменты реализации социальной ответственности перед этими группами представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2

Формы и инструменты реализации корпоративной социальной ответственности

Внутренняя форма реализации КСО	Внешняя форма реализации КСО
1. Развитие и поддержка персонала: - программы адаптации сотрудников; - участие сотрудников в принятии управленческих решений; - повышение уровня квалификации; - формирование корпоративной культуры.	1. Природоохранная деятельность: - мероприятия по повторному использованию и утилизации отходов; - мероприятия по предотвращению загрязнения окружающей среды; - сокращение вредного воздействия производственной деятельности на окружающую среду.
2. Охрана труда: - поддержание санитарных условий труда; - обеспечение лечебно-профилактических мероприятий; - профилактика профессиональных заболеваний; - создание рабочих мест соответствующих всем нормам и требованиям; - медицинское обслуживание персонала компаний и членов их семей.	2. Развитие местного сообщества: - спонсирование спортивных организаций и местных культурных, образовательных мероприятий; - осуществление социальных проектов, акций; - поддержка НКО; - поддержка научных и прикладных исследований в социальном направлении; - активное участие в благотворительных мероприятиях; - проведение мероприятий по поддержке социально незащищенных слоев населения; - сохранение и развитие жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения
3. Социально ответственная реструктуризация: - организация и проведение программ переобучения и переподготовки сотрудников; - упразднение структурных элементов посредством аутсорсинга и придания самостоятельности структурным подразделениям; - сохранение социальных льгот в течение определенного времени после увольнения; - реорганизация трудовых процессов; - экономически обоснованное сокращение рабочих мест; - содействие в трудоустройстве; - наличие компенсационных выплат; - уменьшение уровней иерархии; - отказ от некоторых видов деятельности.	3. Развитие добросовестной деловой практики: - реализация программ по добровольному ограничению сфер ведения бизнеса; - организация программ развития и содействия малому и среднему предпринимательству; - совместное проведение мероприятий с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и иными общественными организациями; - прозрачность в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон.

Как следует из таблицы 1.2, внутренняя форма КСО выражается в социально ответственной политике компании по отношению к персоналу и ее собственникам. Реализуемые в ее рамках программы связаны с охраной здоровья и созданием безопасных условий труда, развитием персонала, решением вопросов социальной реструктуризации, а также повышением эффективности ведения бизнеса. Внешняя форма КСО представляет собой социальную политику компании в отношении местного сообщества и других внешних заинтересованных сторон, включает в себя программы, направленные на природоохранную деятельность, развитие территории присутствия. Социальные программы, соответствующие внутренним целям организаций, не подразумевают широкого участия внешних партнеров (некоммерческие организации, общественные объединения, органы власти), исключая профессиональную среду (профессиональные ассоциации и профсоюзы). Внешние программы, обычно являются долгосрочными и рассчитаны на внешних партнеров. Иными словами, в основе концепции корпоративной социальной ответственности лежат базовые принципы, которые определяют предоставление потребителям товаров и услуг высокого качества, развитие персонала, соблюдение в полном объеме нормативных и законных актов, а также внимание к общественным интересам и общепринятым ценностям.

Все принципы схожи в следующих аспектах: социальные программы и принципы ведения социальной политики, а также— способы их применения на практике должны быть открытыми для всех заинтересованных сторон; наличие механизмов обратной связи, основанных на диалоге со—стейкхолдерами, способствует созданию эффективной социальной политики; принципы должны быть универсальными, понятными и применимыми во—всех регионах деятельности компании, во всех подразделениях; проводимая политика в области КСО должна быть актуальной и—своевременной.

Использование КСО в практике бизнес-структур означает реализацию таких направлений, как: совершенствование нефинансовой отчетности,

включая отчетность в области устойчивого развития; повышение эффективности управления нефинансовыми рисками; развитие инструментария межсекторного взаимодействия и партнерства и PR-коммуникаций. Для многих организаций, развивающих экономическую, экологическую и социальную отчетность, составление такой отчетности является не гипотезой, а фактом. Иными словами, интеграция принципов КСО в практическую деятельность предполагает тесную взаимосвязь со стейкхолдерами компании, учет растущих ожиданий с их стороны и способствует устойчивому развитию компании. В этих условиях оценка результативности социальной и экологической деятельности компании становится важным инструментом управления.

1.2 Основные международные и российские стандарты в области корпоративной социальной ответственности

Первые шаги и основной толчок в направлении стандартизации корпоративной социальной ответственности были сделаны зарубежными странами. Существует ряд международных стандартов, которые находят все большее распространение в мире, разработанные как с поддержкой государства, так и неправительственными организациями. Сегодня социальная ответственность предприятия выходит на одно из приоритетных мест среди объектов стандартизации в области менеджмента. Еще десять лет назад можно было говорить о том, что в России в сфере КСО, стандартизация находится в стадии начальных исследований и практик внедрения. Однако, сегодня, наша страна является активным участником в мировой практике в области стандартизации КСО.

Стандарты в области КСО важны, так как являются нормативной основой оценки корпоративной социальной ответственности. Оценка уровня социальной ответственности какой-либо организации осуществляется, как правило, на основании критерия следования тем или иным стандартам в

области КСО. В настоящее время существует значительное количество всевозможных стандартов в данной области, принятых международным сообществом, но в данном параграфе мы рассмотрим наиболее распространенные из них.

Стандарт SA 8000 можно признать одним из первых стандартов в области стандартизации корпоративной социальной ответственности. Стандарт разработан при содействии Международной Организации Труда в 1997 г. (по данному стандарту возможна сертификация организаций).

Стандарт SA 8000 (Social Accountability) представляет собой стандарт системы социального и этического менеджмента, стандарт для оценки социальных аспектов систем менеджмента, применяемый на добровольной основе. Версии стандарта: 2001 г., 2004 г., 2008 г., 2014 г. Стандарт основан на тех же принципах, что и стандарты серий ИСО 9000 (управление качеством) и ИСО 14000 (управление экологическими аспектами)²³. В основу стандарта положен ряд конвенций по условиям и особенностям труда (по правам ребенка, по устранению всех форм дискриминации женщин, Всемирная декларация прав человека, конвенция Организации Объединенных Наций).

Сертификат SA 8000 подтверждает, что в компании функционирует система социального и этического менеджмента, гарантирующая неизменно-высокое качество товара или предоставляемых услуг, независимо от изменяющихся внешних или внутренних условий.

Стандарт SA 8000:2001 содержит требования к системам менеджмента по направлениям²⁴: детский труд, принудительный труд, здоровье и безопасность, свобода ассоциаций и право на коллективный договор,

²³ Социальная ответственность SA 8000 [Электронный ресурс]. Social Accountability International (SAI). – Режим доступа: <http://www.sa-intl.org>

²⁴ Стандарт SA 8000:2001: Социальная ответственность 8000 [Электронный ресурс]. Журнал «Устойчивый бизнес». – Режим доступа: <http://csrjournal.com/1725-standart-sa-80002001-socialnaja-otvetstvennost.html>

дискриминация, дисциплинарные порядки, рабочее время, заработная плата, системы менеджмента.

Опрос сертифицированных предприятий по стандарту SA 8000, проведенный Министерством торговли и промышленности Великобритании, показал, что его внедрение дало компаниям следующие результаты: 48% компаний увеличили прибыль, 89% компаний увеличили производственную эффективность, 76% компаний укрепили свои позиции на рынке, 26% компаний увеличили экспорт своей продукции²⁵. Требования данного стандарта действуют на весь персонал организации.

Наличие сертификата соответствия международному стандарту SA 8000 является гарантией от несоблюдения прав человека и нарушения трудового законодательства, которые могут стать причинами серьезных проблем при заключении контрактов.

Одним из ведущих стандартов является «Руководство по отчетности в области устойчивого развития» (Global Reporting Initiative, GRI). Данное руководство создано в 1997 году Коалицией за экологически ответственный бизнес и продвигается благодаря Глобальному договору ООН. Идея Глобального договора по социальной ответственности (Globalcompact) была выдвинута на Всемирном экономическом форуме в Швейцарии 31 января 1999 г. Генеральным секретарем Коффи Аннаном была сформулирована идея Глобального договора по социальной ответственности. Тогда были сформулированы принципы, которых должны придерживаться частные и государственные компании и организации, образовательные и медицинские учреждения и прочие социальные институты.

²⁵ Социальная ответственность SA 8000 [Электронный ресурс]. ООО "Системный Консалтинг". – Режим доступа: <http://www.s-konsalt.ru/articles/SA-8000-Social-Accountability-8000--socialnayaotvetstvennost.1710.html>

Первая версия Руководства по отчетности в области устойчивого развития (GRI)²⁶ выпущена в 2000 г., вторая версия – в 2004 году, в 2006 г. опубликована третья версия Руководства по отчетности в области устойчивого развития GRI (G3). Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) выступил с инициативой перед российскими бизнесменами внедрить в своих компаниях международную систему отчетности с использованием Руководства GRI, а 21 января 2014 года в Москве состоялась презентация четвертой версии Руководства по отчетности в области устойчивого развития версии GRI (G4)²⁷. Цель устойчивого развития — «удовлетворение потребностей нынешнего поколения без ущерба для возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности».

Использование Руководства по отчетности в области устойчивого развития (GRI) не является обязательным для организаций. Но оно может применяться компаниями любых типов и масштабов и в любых условиях. Рекомендации Руководства не являются специфичными для какой-либо отрасли экономики.

Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI) является методологией внешней отчетности, позволяющей организациям рассказывать о своих мероприятиях и программах по улучшению социальной, экологической, экономической и социальной результативности²⁸. На сегодняшний день более 1000 организаций из более

²⁶ Руководство GRI по отчетности в области устойчивого развития версии G4 [Электронный ресурс]. Global strategic alliances. – Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/standards/g4>

²⁷ Анонсы. Презентация руководства GRI по отчетности в области устойчивого развития версии G4 [Электронный ресурс]. Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru/announce/view/624>

²⁸ Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI 2000-2006. Версия 3.0. [Электронный ресурс]. Российский союз промышленников и предпринимателей. – Режим доступа: <http://rspp.pf/12/11938.pdf>

чем 50 стран выпустили отчеты в области устойчивого развития на основе Руководства GRI.

Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI) представляет собой методологию внешней отчетности, а не методологию верификации отчетов для создания эффективной системы управления в области КСО, значит его целесообразно использовать в совокупности со стандартами верификации отчетов, такими как AA 1000.

Стандарты серии AA 1000. В промежутке с 2003 по 2005 гг. были приняты два стандарта. Стандарт верификации социального отчёта AA 1000 AS (Account Ability 1000 Assurance Standard), который служит инструментом проверки достоверности отчетов, и стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000 SES (Account Ability 1000 Stakeholder Engagement Standard), который способствует выстраиванию взаимодействия со стейкхолдерами. Верификация подразумевает, что результаты такой оценки будут доступны для широкой общественности²⁹.

Второе издание Стандарта верификации отчетности AA1000AS (2008 г.) опирается на растущий объем практики и опыта в области обеспечения устойчивого развития и заменяет все предыдущие версии. Последняя версия выпущена в 2011 г. У любой организации много заинтересованных сторон, которые отличаются друг от друга по типу и степени участия в ее деятельности, часто имеют абсолютно разные, иногда даже противоречащие друг другу интересы и потребности³⁰. Стандарт состоит из шести разделов и ряда информационных приложений, в которых говорится о заинтересованных сторонах, о требованиях, предъявляемых к качественному

²⁹ Стандарт верификации отчетов AA1000 [Электронный ресурс]. АНО "ЦЭП ВОК". – Режим доступа: www.ksovok.com/doc/aa1000s.doc

³⁰ Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000 SES [Электронный ресурс]. Институт экономики города. – Режим доступа: www.urbanecomomics.ru/download.php?dl_id=2195

взаимодействию со стейкхолдерами, руководство по исполнению этих требований.

Стандарты серии AA1000 призваны дополнить другие стандарты, для которых взаимодействие с заинтересованными сторонами также является важным элементом.

Активные исследования в области КСО стали основой для создания международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». В данном стандарте приведено следующее определение социальной ответственности: «социальная ответственность (social responsibility) – ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое

согласуется с устойчивым развитием и благосостоянием общества;

учитывает ожидания заинтересованных сторон;

соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;

введено во всей организации»³¹.

Для устойчивого развития и совершенствования КСО, международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» может быть применим совместим с GRI, системами управления качеством (EFQM и ISO:9001, 9004), природопользованием (ISO:14001), охраной труда и техникой безопасности (OHSAS:18001) и другими стандартами.

Стандарт применим для всех типов организаций, включая правительственные и неправительственные организации, а также для предприятий, поскольку каждая организация оказывает воздействие на общество и окружающую обстановку. Стандарт способствует достижению доверия со стейкхолдерами, воплощению в практике деятельности

³¹ ГОСТ Р ИСО 26000-2012 Руководство по социальной ответственности [Электронный ресурс]. ЗАО «Кодекс». – Режим доступа: docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012

организаций принципов Глобального договора ООН, Декларации ООН о правах человека, рекомендаций Организации экономического сотрудничества и развития, конвенции МОТ и другие документы.

В 2011 году стандарт был одобрен техническим комитетом по стандартизации ТК-471 и представлен в Рос стандарт для принятия проекта национального стандарта ГОСТ Р ИСО 26000 «Руководство по социальной ответственности». Утвержденный для добровольного применения национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» идентичен международному³² (далее ИСО 26000). Этот универсальный документ определяет видение социальной ответственности для всех типов организаций и структур, включает принципы социальной ответственности организаций, основные темы и проблемы в этой сфере, способы интеграции социальной ответственности в стратегии, системы и процессы организации. ИСО 26000 опирается на лучшую практику, используемую в передовых организациях и компаниях различных секторов и отраслей. Стандарт предназначен для организаций всех типов: коммерческих и некоммерческих, государственных и частных, независимо от их размера и вида деятельности. Границы применения стандарта каждая организация определяет самостоятельно. ИСО 26000 предназначен для добровольного применения. Мировая практика ведения бизнеса такова, что частные и государственные компании и организации стремятся вести дела только с теми организациями-партнерами, которые имеют сертификаты соответствия системам менеджмента качества (ISO 9000), менеджмента профбезопасности (OHSAS 18000), менеджмента энергоэффективности (ISO 50000), экологического менеджмента (ISO 14000) и пр.

³² Об утверждении национального стандарта: приказ Рос стандарта от 29.11.2012 N 1611-ст. [Электронный ресурс] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс». Проф. версия. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Международный стандарт менеджмента качества ISO 9001 был разработан Международной организацией по стандартизации (ISO – International Organization for Standardization, Женева), он обобщил в себе международный опыт в области обеспечения высокого уровня качества продукции. Его российская версия – стандарт ГОСТ ISO 9001-2011 (ISO 9001-2008) – стандарт системы менеджмента качества. Международному стандарту по разработке систем управления охраной профессиональной безопасности и здоровья персонала (Occupational Health and Safety Management Systems) OHSAS 18000 соответствует ГОСТ Р 12.0.230-2007 «Система стандартов безопасности труда. Системы управления охраной труда. Общие требования».

Стандарт Международной организации по стандартизации серии ISO 50001:2011 «Системы энергетического менеджмента. Требования и руководство по применению» был издан только в июне 2011 года. Он уже получил национальный статус в Австрии, Бразилии, Великобритании, Дании, Испании, Ирландии, Индии, Корее, Канаде, Литве, Нидерландах, Польше, Словении, Сингапуре, Франции, Швеции, Швейцарии, в ЮАР, Японии и т.д. Однако пока не имеет российского аналога.

В зарубежных странах принимаются и используются национальные стандарты в области КСО. В качестве примера национальных стандартов можно привести следующие стандарты систем менеджмента: ONORM S 2095-1:2003 австрийский стандарт – Проверка качества, окружающая среда, здоровье и безопасность; НВ 139-2003 австралийское руководство – Руководство по интеграции требований стандартов систем менеджмента качества, экологического менеджмента и профессионального здоровья и безопасности; BS 8900:2006 британский стандарт – Руководство для менеджмента устойчивого развития; Менеджмент устойчивого лесопользования: Требования и Руководство; AS 3596:1992 – Программы энергоменеджмента – Руководящие указания для определения и анализа энергии и экономии средств и пр.

В России был также принят национальный стандарт Торгово-промышленной палаты РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в РФ», а также Всероссийской организации качества ВОК – КСО – 2007 «Социальная ответственность организации. Требования». Однако они не получили дальнейшего развития, в отличие от аналогов международных стандартов.

Комплексная оценка КСО подразумевает использование нескольких стандартов и руководств в этой области, с учетом специфики конкретной компании. При проведении оценки следует учитывать, что большинство стандартов носят рекомендательный, а не обязательный характер к исполнению. В целом можно утверждать, что в настоящее время сформирована нормативная основа для оценки КСО. Она включает большое количество международных и национальных стандартов в данной области, наиболее распространенными из которых являются такие как: стандарты социальной отчетности серии AA 1000; стандарт социальной ответственности SA 8000; стандарт по отчетности в области устойчивого развития GRI; стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».

В качестве обобщения можно сделать вывод, что определение КСО как деятельности, когда компания повседневно следует принципам ответственного ведения бизнеса, учитывает потребности заинтересованных сторон, постоянно увеличивает положительное воздействие на общество и минимизирует негативное влияние, укрепляет репутацию ответственной компании и снижает нефинансовые риски и в конечном итоге максимизирует прибыль для акционеров, соответствует современной теории менеджмента. Следование принципам КСО в повседневной деятельности позволяет компаниям добиваться весомых конкурентных преимуществ. В ходе проведенного в работе анализа выявлено, что по результатам социальной и экологической деятельности компания может соответствовать разным уровням развития КСО, и предложена характеристика пяти уровней развития

КСО. Также обосновано, что уровень развития КСО зависит от этапа жизненного цикла компании.

Многоаспектность понятия КСО определяет большое количество подходов к ее оценке: минималистский подход; подход, основанный на выделении одного или нескольких направлений корпоративной социальной деятельности как ключевых, и комплексный подход. Одним из самых распространенных способов оценки КСО является оценка на соответствие стандартам в области корпоративной ответственности и устойчивого развития. С этой целью в работе проведена систематизация международных стандартов, являющихся основой оценки КСО на соответствие стандартам. Рассмотрены особенности российских нормативных документов, формирующих рамки корпоративной социальной ответственности компании: стандарт ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности»; Социальная хартия Российского союза промышленников и предпринимателей, Стандарт Торгово-промышленной палаты РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в РФ» и др. Изучение сущности, принципов реализации корпоративной социальной ответственности компаний, подходов к оценке КСО и стандартов в области социальной ответственности бизнеса позволяет перейти к рассмотрению практики в области оценки корпоративной социальной ответственности. Учитывая столь объемный перечень существующих в настоящее время стандартов в области КСО, проводить оценку на соответствие стандартам и на их основе несколько затруднительно. Именно поэтому, необходимо разработать универсальную методику оценки социальной ответственности бизнеса.

1.3 Тенденции развития корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли в России

Согласно Рейтингу крупнейших компаний России 2015 г. по объему реализации продукции в первую двадцатку списка вошли следующие компании нефтегазовой отрасли: ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», НК «Лукойл», ОАО «Сургутнефтегаз», АК «Транснефть», ОАО «Татнефть», ПАО АНК «Башнефть», ОАО «НОВАТЭК»³³. Из них в ХМАО-Югре представлены лишь четыре компании: ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «Сургутнефтегаз» и ОАО «НОВАТЭК»³⁴. Определим, какие места занимают данные компании в рейтингах.

Таблица 1.3

Компании – лидеры в области КСО согласно Рейтингу экологической ответственности нефтегазовых компаний РФ³⁵

Место в рейтинге	Компании	Итоговый балл
1	ОАО «Сургутнефтегаз»	1,62
2	«Сахалин Энерджи (С-2)»	1,53
3	ОАО «Газпром»	1,35
4	ОАО «Татнефть»	1,29
5	ООО «Иркутская НК»	1,11
6	«Салым Петролеум»	1,09
7	ОАО «НК «Роснефть»	1,08
8	ОАО «Зарубежнефть»	1,05
9	ОАО «ЛУКОЙЛ»	0,99
10	ОАО «Газпром нефть»	0,87
12	ОАО «НОВАТЭК»	0,72

³³ Рейтинг крупнейших компаний России-2015 по объему реализации продукции [Электронный ресурс]. Группа «Эксперт». – Режим доступа: http://expert.ru/ratings/rejtingkrupnejshih-kompanij-rossii-2015-po-ob_emu-realizatsii-produktsii

³⁴ Там же

³⁵ Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний РФ [Электронный ресурс]. Официальный сайт «Группа Креон». – Режим доступа: <http://zs-rating.ru/rating/ratingresults>

Согласно данным таблицы 1.3 три из четырёх ведущих нефтегазовых компаний (ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «Сургутнефтегаз») попали в десятку лидеров рейтинга экологической ответственности нефтегазовых компаний РФ, а компания ОАО «НОВАТЭК» заняла 12 место в рейтинге.

Деятельность нефтегазовых компаний оказывает негативное влияние на окружающую среду на всех этапах процесса поставки продукта – разведка, добыча, переработка и транспортировка:

- ❖ В процессе разведки нефтяных месторождений происходит очистка территорий, которая может повлечь за собой частичное или полное уничтожение растительного мира;

- ❖ При бурении существует риск попадания буровых растворов в экосистему;

- ❖ В процессе нефтепереработки происходит выделение вредных веществ в атмосферу, а также возможно протекание нефтепроводов, что оказывает неблагоприятное воздействие на экологию;

- ❖ Во время транспортировки в воды попадает нефть в результате откачки танкерами льяльных вод³⁶ или в процессе разгрузки судна.

Кроме перечисленных примеров негативного воздействия на окружающую среду, деятельность нефтяных компаний оказывает неблагоприятное воздействие и на местные сообщества. В самых крайних случаях создание необходимой для нефтегазовых компаний инфраструктуры может лишить жителей всех средств для существования. Например, изменение течения рек/высушивание озер или вырубка лесов делает их непригодными для рыболовства и охоты. Также нефтегазовую отрасль иногда обвиняют в разрушении национальных экономик.

Из данных таблицы 1.4 следует, что из направлений реализации корпоративной социальной ответственности слабо освещены в открытых

³⁶ См. приложение «Список терминов»

источниках вопросы по социальному развитию (создание оптимальных условий труда, затраты на оздоровление сотрудников, поддержка регионов, прочие расходы социальной сферы).

Таблица 1.4

Комплексные показатели оценки КСО некоторых предприятий нефтегазового сектора

Основные показатели	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «Газпром»	ОАО «Сургутнеф тегаз»	ОАО «НОВАТЭК»
1. Показатели социальных инвестиций и эффективности расходов на оплату труда				
1.1. Соотношение средней заработной платы в компании к средней заработной плате в регионе	1,47	1,44	1,41	1,31
1.2. Индекс удельных социальных инвестиций, тыс. руб.	130368	213079	245339	262076
1.3. Отношение общего объема социальных инвестиций к суммарному объему их продаж, %	0,015	0,051	0,051	0,023
1.4. Отношение общего объема социальных инвестиций к суммарному объему прибыли (до налогообложения), %	0,047	0,114	0,089	0,022
2. Показатели расходов на охрану труда, обеспечение промышленной безопасности и обучение в этой сфере				
2.1. Доля расходов на охрану труда, обеспечения промышленной безопасности	21,75	10,62	нет данных	33,66
2.2. Коэффициент производственного травматизма, в пересчете на 1 млн. отработанных рабочих часов	0,21	0,36	0,38	0,41
3. Социальные показатели найма и развития персонала				
3.1. Коэффициент прироста рабочих мест	1,3	1,065	1,009	1,292
3.2. Доля трудоустройства	0,02	0,14	0,56	0,5

молодых специалистов				
3.3. Участие работодателя в предоставлении мест для прохождения практики студентам образовательных организаций	3822	16246	2642	нет данных
3.4. Доля сотрудников компании, прошедших профессиональное обучение в течение года	0,88	0,57	0,59	0,41
4. Показатели расходов на природоохранную деятельность, экологические платежи и штрафы за нарушение природоохранного законодательства				
4. Показатели расходов на природоохранную деятельность, экологические платежи и штрафы за нарушение природоохранного законодательства	0,02	0,03	0,04	0,0005
4.2. Коэффициент восстановления загрязненных земель за год	0,91	0,99	нет данных	нет данных
4.3. Количество нарушений, выявленных в ходе проверок, ед.	55	175	нет данных	нет данных
4.4. Штрафы, начисленные за нарушение природоохранного законодательства, млн руб.	нет данных	7,75	нет данных	нет данных
4.5. Инвестиции, связанные с охраной окружающей среды и рациональным природопользованием, млрд руб.	3872	2952	нет данных	нет данных
5. Показатели воздействия на окружающую среду				
5.1. Выбросы в атмосферу вредных веществ тыс. тонн	1802	3076	2800	1791
5.2. Выбросы парниковых газов млн тонн CO ₂ - эквивалента	нет данных	122	210	29
5.3. Водопользование тыс. м ³	нет данных	5130	1425	1422
6. Показатели инновационной активности				
6.1. Расходы на НИОКР	23,2	6,8	нет данных	нет данных
6.2. Количество	380	350	нет данных	нет данных

внедрённых технологий по результатам испытаний, шт.				
6.3. Количество патентов (всего), шт.	нет данных	нет данных	нет данных	нет данных

Остались нераскрытыми в общедоступных источниках информации такие показатели, как: инновационная деятельность компаний, а именно расходы на НИОКР, количество внедрённых технологий по результатам испытаний, количество патентов – нет данных у всех четырех компаний. Все компании, входящие в выборку исследования, раскрывают социальные показатели: ОАО «Сургутнефтегаз», НК «Роснефть», ОАО «Газпром», ОАО «НОВАТЭК».

Они имеют высокие показатели найма и повышения квалификации (количество созданных новых рабочих мест, принято на работу молодых специалистов и пр.).

2. Анализ формирования корпоративной социальной ответственности на примере ОАО «Томскнефть»

2.1 Краткая характеристика ОАО «Томскнефть» и анализ стратегии корпоративной социальной ответственности

Основными видами деятельности ОАО «Томскнефть» являются:

- добыча, подготовка нефти, газа, газового конденсата и их переработка, реализация нефти и газа и продуктов их переработки;
- добыча, транспортировка, переработка и реализация углеводородного сырья и продуктов его переработки;
- добыча и переработка нерудных материалов;
- бурение поисковых, разведочных, структурных и эксплуатационных скважин;
- и т.д.

С целью реализации стратегии развития и достижения запланированного уровня добычи нефти и газа ОАО «Томскнефть» ВНК реализует обширную программу геолого-технических мероприятий, стремится к максимальному повышению эффективности своей деятельности, применяет в производстве новейшие технологии и технику.

Объём добычи нефти ОАО «Томскнефть» ВНК за 2014 год составил около 10 млн тонн, газа - около 2 млрд кубометров.

В 2014 г. предприятие активно вело эксплуатационное бурение во всех регионах присутствия. Скважины строились на 19 месторождениях на территории Томской области и ХМАО - в том числе на Крапивинском, Вахском, Первомайском, Западно-Останинском, Южном-Черемшанском, Советском и других. Было пробурено более 470 тыс. метров проходки, введено в эксплуатацию 149 новых скважин.

ОАО «Томскнефть» ВНК уделяет особое внимание реализации программы использования попутного газа, что позволяет не только получить

собственную электроэнергию, но и сохраняет экологическое благополучие регионов.

В 2013г. объем накопленной добычи газа ОАО «Томскнефть» ВНК превысил 50 млрд. кубометров.

В течение минувшего года предприятием запущены газопровод «Крапивинское месторождение - Западно-Моисеевское месторождение», газопровод от Западно-Моисеевского месторождения до ГТЭС Двуреченского месторождения. Крупнейшим введенным объектом стала газотурбинная электростанция (ГТЭС) 24 МВт на Двуреченском месторождении, которая позволила довести энергогенерирующие мощности компании почти до 70 Мвт. Кроме открываемой станции на Двуреченском месторождении, на промыслах ОАО «Томскнефть» ВНК функционируют ГТЭС 24 и 12 МВт (Игольско-Таловое нефтяное месторождение) и ГТЭС 7,5 МВт (Западно-Полуденное нефтяное месторождение).

В рамках реализации газовой программы возведена инфраструктура сбора низконапорного газа - построена вакуумная компрессорная станция на Идольско-Таловом нефтяном месторождении.

Дочернее предприятие ОАО «Томскнефть» ВНК - ООО «Стрежевской нефтеперерабатывающий завод» - осуществляет переработку нефти на двух установках в г. Стрежевом и п. Пионерном. ООО «Стрежевской нефтеперерабатывающий завод» выпускает высокооктановые и низкооктановые автобензины и дизтопливо. Годовой объем перерабатываемой нефти составляет около 300 тыс. тонн.

ОАО «Томскнефть» ВНК имеет надежную ресурсную базу, благодаря чему обеспечивается устойчивое положение в объеме добычи. Предприятие владеет лицензиями на разработку более двух десятков месторождений с остаточными извлекаемыми запасами нефти более 300 млн тонн.

В целях восполнения сырьевой базы и выполнения требований лицензионных соглашений Обществом реализуется программа

геологоразведочных работ, включающая в себя поисково-оценочное бурение, сейсморазведочные, научно-исследовательские и прочие работы.

На рисунке 2.1 представлена организационная структура ОАО «Томскнефть».

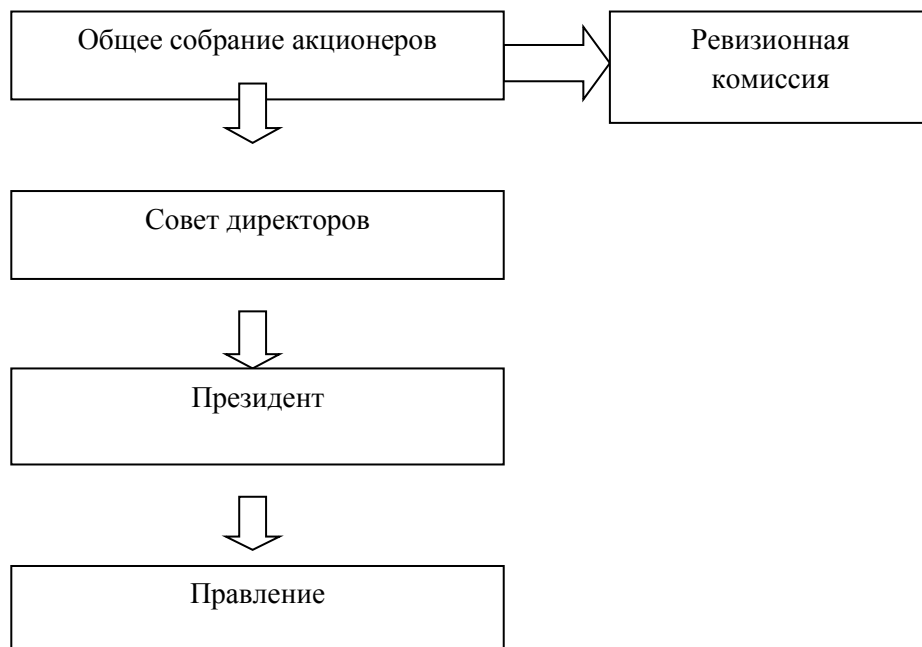


Рисунок 2.1 – Организационная структура ОАО «Томскнефть»

Высшим органом управления Компании является Общее собрание акционеров. Общее собрание акционеров действует в соответствии с законодательством Российской Федерации, на основании Устава и Положения об Общем собрании акционеров, утверждаемого Общим собранием акционеров по представлению Совета директоров Компании.

Совет директоров Компании осуществляет общее руководство деятельностью Компании, за исключением решения вопросов, отнесенных законодательством Российской Федерации к компетенции Общего собрания акционеров. Деятельность Совета директоров Компании регламентируется действующим законодательством Российской Федерации, Уставом и Положением о Совете директоров Компании.

Руководство текущей деятельностью Компании осуществляется единоличным исполнительным органом Компании - Президентом Компании

и коллегиальным исполнительным органом Компании - Правлением. Исполнительные органы подотчетны Совету директоров Компании и Общему собранию акционеров. Исполнительные органы Компании организуют выполнение решений Общего собрания акционеров и Совета директоров Компании.

Рассмотрим основные технико-экономические показатели деятельности предприятия. Изучение технико-экономических показателей предприятия способствует выявлению процессов, протекающих на предприятии, а также установлению тенденций в технико-экономическом развитии предприятия. В табл. 2.1 представлены основные технико-экономические показатели работы ОАО «Томскнефть» за 2012 – 2014 гг.

Таблица 2.1

Основные технико-экономические показатели работы ОАО «Томскнефть» за 2012 – 2014 гг.

Показатель	2012	2013	2014	Темп изменений, %	
				2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.
1. Выручка, тыс.руб.	108003594	112546798	120914229	104,2	107,4
2. Себестоимость работ, услуг, тыс. руб.	87097194	91589290	97610632	105,2	106,6
3. Затраты на 1 руб. работ и услуг, руб.	0,8	0,8	0,8	-	-
4. Прибыль от продаж, тыс. руб.	18605343	17169125	19524588	92,3	113,7
5. Рентабельность продаж, %	17,2	15,3	16,1	89,0	105,2

Соотношение выручки от продаж и себестоимости продукции представлено на рисунке 2.2.

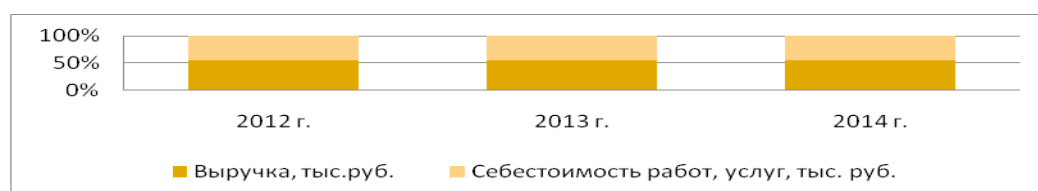


Рисунок 2.2 – Динамика выручки от продаж и себестоимости продукции ОАО «Томскнефть» за 2012 – 2014 гг.

Из данных табл. 2.1 следует, что за отчетный период предприятие достаточно эффективно проводило финансово-хозяйственную деятельность. По итогам 2013 г. рост выручки составило 4,2 %, по итогам 2014 г. выручка от реализации работ и услуг увеличилась на 7,4 %. Тем не менее, по результатам работы в 2014 г. организации не удалось достичь снижения роста себестоимости реализованных работ и услуг по сравнению с 2012 г. Таким образом, рост себестоимости работ и услуг ОАО «Томскнефть» в 2014 г. не превысила 6,6 %.

Затраты на 1 руб. реализованных работ и услуг организации на конец 2013 г. остались на прежнем уровне от уровня 2012 г., при этом прибыль от продаж снизилась на 7,7 %. Если по итогам 2013 г. рентабельность продаж составляла 17,2) % от уровня 2012 г., то по итогам 2014 г. снижение рентабельности продаж составило 1,1 %.

Для формирования точного мнения о финансовой устойчивости предприятия необходимо рассчитать финансовые коэффициенты устойчивости ОАО «Томскнефть».

Таблица 2.2

Относительные показатели финансовой устойчивости предприятия

Показатель	Форма отчетности и код строки	на 31 декабря 2012	на 31 декабря 2013	на 31 декабря 2014	Отклонение 2014		Норматив
					от 2012	от 2013	
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$\frac{1400+1500}{1300}$	1,6	1,6	1,4	-	-0,2	Меньше 1
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\frac{1200-1500}{1200}$	-1,1	-5,5	-5,2	-4,1	0,3	Больше 0,1
Коэффициент автономии	$\frac{1300}{1700}$	0,4	0,4	0,4	-	-	Больше 0,5

Коэффициент маневренности собственных средств	$\frac{1300+1400-1100}{1300}$	-0,7	-1,1	-0,9	-0,2	0,2	0,5
Коэффициент финансовой устойчивости	$\frac{1300+1400}{1700}$	0,5	0,5	1,3	0,8	0,8	0,8-0,9
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	$\frac{1400+1500}{1700}$	0,6	0,6	0,6	-	-	Меньше 0,5
Коэффициент финансовой независимости формирования запасов и затрат	$\frac{1200-1500}{1210+1220}$	-7,5	-9,9	-11,0	-3,5	-1,1	0,8-1,0

Как показывают данные таблицы 2.2, в целом наблюдалась негативная динамика снижения уровня коэффициентов. Ни один из коэффициентов не укладывается в нормативное значение, о чем свидетельствует, что финансовая устойчивость организации – кризисная.

Анализ динамики показателей прибыли предприятия представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Оценка финансовых результатов ОАО «Томскнефть» за 2012 – 2014 гг.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение (+,-), тыс. руб.		Темп роста, %	
				2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.
А	1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	108003594	112546798	120914229	4542204	8367431	104,2	107,4
2. Себестоимость продукции, тыс. руб.	87097194	91589290	97610632	4492096	6021342	105,2	106,6
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	20906400	20957508	23303597	51108	2346089	100,2	111,2
4. Коммерческие расходы, тыс. руб.	2930	3527	4537	597	1010	120,4	128,6
5. Управленческие расходы	1945440	3283382	3242644	1337942	-40738	168,8	98,8
6. Прибыль (убыток) от	18605343	17169125	19524588	-1436218	2355463	92,3	113,7

продаж, тыс. руб.							
7. Прочие доходы, тыс. руб.	1988233	2168093	2863101	179860	695008	109,0	132,1
8. Прочие расходы, тыс. руб.	4081010	2401271	2373423	-1679739	-27848	58,8	98,8
9. Прибыль до уплаты процентов и налогов, тыс. руб.	17177559	17938410	21276271	760851	3337807	104,4	118,6
10. Налог на прибыль, тыс. руб.	3845703	3774330	4290167	-71373	515837	98,1	113,7
11. Чистая прибыль периода, тыс. руб.	13457694	13761844	16845208	304150	3083364	102,3	122,4

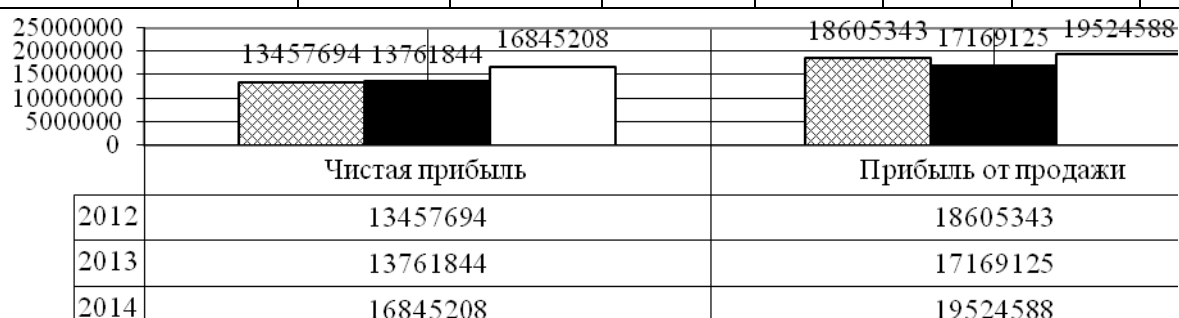


Рисунок 2.3 - Динамика прибыли от продажи продукции и чистой прибыли
ОАО «Томскнефть» за 2012 – 2014 гг., тыс. руб.

По данным «Отчета о финансовых результатах» за 2013 г. организация получила прибыль от продаж в размере 17169125 тыс. руб., что составляет 15,3 % от выручки. По сравнению с аналогичным периодом 2012 г. прибыль уменьшилась на 1436218 тыс. руб., или на 7,7%. По сравнению с 2012 г. в 2013 г. увеличилась выручка от продаж на 4542204 тыс. руб. соответственно.

Из «Отчета о финансовых результатах» следует, что в течение 2014 г. организация получила прибыль от продаж в размере 19524588 тыс. руб., что равняется 16,1 % от выручки.

В результате проведенного анализа были выявлены тенденции, отрицательно влияющие на финансовую устойчивость и платежеспособность предприятия, которые характеризуются следующими фактами:

- собственного капитала хватает только на формирование внеоборотных активов;

- низкий уровень маневренности собственного капитала;
- высокий удельный вес составляет имущество производственного назначения;
- платежный недостаток денежных средств и ценных бумаг для покрытия наиболее срочных обязательств.

В качестве оптимизации финансовой устойчивости предприятия следует провести мероприятия, рассчитанные как на краткосрочную, так и на долгосрочную перспективу.

Проведенная оценка структуры баланса выявила, что предприятие неплатежеспособно и свидетельствует об отсутствии в ближайшем будущем возможности восстановления нормальной платежеспособности при сохранении имеющихся показателей. Проведенный анализ финансового состояния выявил высокую степень вероятности банкротства ОАО «Томскнефть».

2.2 Анализ социальной политики ОАО «Томскнефть» на территории присутствия

ОАО «Томскнефть» ВНК – ответственный работодатель, который соблюдает положения трудового законодательства, активно взаимодействует с профсоюзной организацией, обеспечивает достойные условия работы своим сотрудникам и предоставляет все возможности для их профессионального развития и карьерного роста.

Регулярное заключение коллективного договора стало доброй традицией и залогом динамичного развития кадровой политики ОАО «Томскнефть» ВНК и предприятия в целом. Коллективный договор обеспечивает работникам: достойную и конкурентоспособную заработную плату, льготы и гарантии работающим в местностях, приравненных к районам Крайнего Севера, а также членам их семей (северная надбавка, льготный проезд к месту отдыха и обратно и др.); материальную помощь;

выплаты по случаю юбилейной даты рождения; предоставление оздоровительных путевок в санатории (базы отдыха) в пределах России, а также детских путевок в санатории (базы отдыха); предоставление абонементов на посещение спортивно-оздоровительных комплексов и многое другое.

ОАО «Томскнефть» ВНК – активный участник конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности».

Ежегодно с 2004 г. Общество принимает участие во всех его этапах (городском, областном, всероссийском), неоднократно занимало призовые места.

В ОАО «Томскнефть» ВНК проводятся конкурсы профессионального мастерства. Смотр-конкурс «Лучший по профессии» имеет давнюю историю и пользуется у работников большой популярностью. Ежегодно в нем участвует более 200 работников Общества по девяти основным нефтяным рабочим профессиям: оператор по добыче нефти и газа, машинист насосной станции по закачке рабочего агента в пласт, оператор товарный, слесарь-ремонтник (нефтепромыслового оборудования), оператор обезвоживающей и обессоливающей установки, слесарь по ремонту технологических установок, электрогазосварщик, лаборант химического анализа, трубопроводчик линейный. В одном контуре с «Лучшим по профессии» проходят конкурсы «Лучший геолог», «Лучший технолог», в которых соревнуются специалисты цехов добычи нефти и газа. Победители получают денежные премии и ценные призы.

В 2013 году ОАО «Томскнефть» ВНК внесено в реестр работодателей, гарантированно соблюдающих трудовые права работников, и получило Сертификат доверия работодателю.

Сегодня предприятие содержит 13 вахтовых поселков (самые крупные из них - Пионерный, Вах, Лугинецкое, Крапивинское и Игол), где есть все необходимое для нормального труда и отдыха людей. В работе предприятия приоритетными являются следующие направления: обеспечение

качественного полноценного питания и комфортного проживания; ввод в эксплуатацию новых общежитий на месторождениях; капитальный ремонт операторных и объектов социального назначения (в том числе - объектов спортивно-культурного досуга); приобретение бытовой техники для переоснащения объектов питания, мебели - для вахтовых общежитий, спортивных комплексов и комнат досуга.

ОАО «Томскнефть» ВНК всегда старается идти навстречу просьбам регионов, где работают его подразделения, развивая сотрудничество по нескольким направлениям.

I. Соглашения о взаимном сотрудничестве с районами, где ведется производственная деятельность предприятия.

В 2014 году свыше 31 млн. рублей направлено на финансирование социально-экономических соглашений с Каргасокским, Парабельским, Александровским, Нижневартовским, Сургутским районам.

II. Благотворительность для северных районов и городов Томской области.

Компания стремится поддерживать людей, которые в силу экономической ситуации в стране оказались за чертой бедности. Прежде всего это представители старшего поколения и дети.

Средства перечислялись в Стрежевой, Кедровый, Александровский, Парабельский и Каргасокский районы, Томск на поддержку ветеранов Великой Отечественной войны, организацию летнего отдыха детей-сирот и детей из малообеспеченных семей, трудоустройство подростков в летний период, ремонт и оснащение медицинских учреждений, строительство спортивных объектов, развитие учреждений образования.

Одним из приоритетов является поддержка учреждений здравоохранения с целью повышения стандартов оказания медицинской помощи населению.

Традиционно ОАО «Томскнефть» ВНК оказывает помощь образовательным и общественным учреждениям.

III. Довузовская подготовка и развитие учебной базы профильных вузов.

В рамках этого направления ОАО «Томскнефть» ВНК осуществляет финансирование целевых программ «Поддержка городского образования» и «Оформление и оснащение «Томскнефть-классов»». В Стрежевом в настоящий момент действуют два «Томскнефть-класса», в школе №4 и школе №5, для них приобретается программное обеспечение, учебно-наглядные пособия, букридеры; финансируется повышение квалификации учителей профильных предметов. ОАО «Томскнефть» ВНК всесторонне поддерживает развитие образовательных учреждений города, а также оказывает организационную и финансовую помощь в проведении молодёжных фестивалей, турниров, акций, проводимых городским управлением образования. Спонсорская поддержка вузов направлена на развитие научно-методической и материально-технической базы.

ОАО «Томскнефть» ВНК традиционно уделяет большое внимание развитию персонала. Особенностью системы образовательной политики Общества являются непрерывность и планомерность. Общество начинает работать с молодёжью со школьной скамьи и продолжает развивать и оценивать работников на протяжении всей работы в Обществе.



Рисунок 2.3 - Система образовательной политики Общества

Именно такой системный подход позволяет обеспечить приток высокообразованной, имеющей хорошую профессиональную подготовку молодёжи и стимулировать постоянное развитие сотрудников Общества, независимо от занимаемой должности.

За 2015 год прошли обучение у внешних провайдеров - 1 291 человек, затраты на обучение одного работника в 2015 году составили 13,6 тысяч рублей. За этот период Учебном центре Общества повысили свою квалификацию – 7 549 человек, 5 044 человек работники Общества и 2 505 человек сторонних организаций и физических лиц:

- обязательное обучение - обучение по требованию контролирующих органов (промышленная, экологическая, пожарная безопасность, охрана труда), обучение рабочим профессиям, допускам к видам работ и т.д.;
- профессионально-техническое обучение - повышение компетентностного уровня, обучение по новым технологиям, подготовка персонала под бизнес-задачи и стратегические проекты;
- управленческое обучение - программы развития управленческих компетенций руководителей и кадрового резерва.

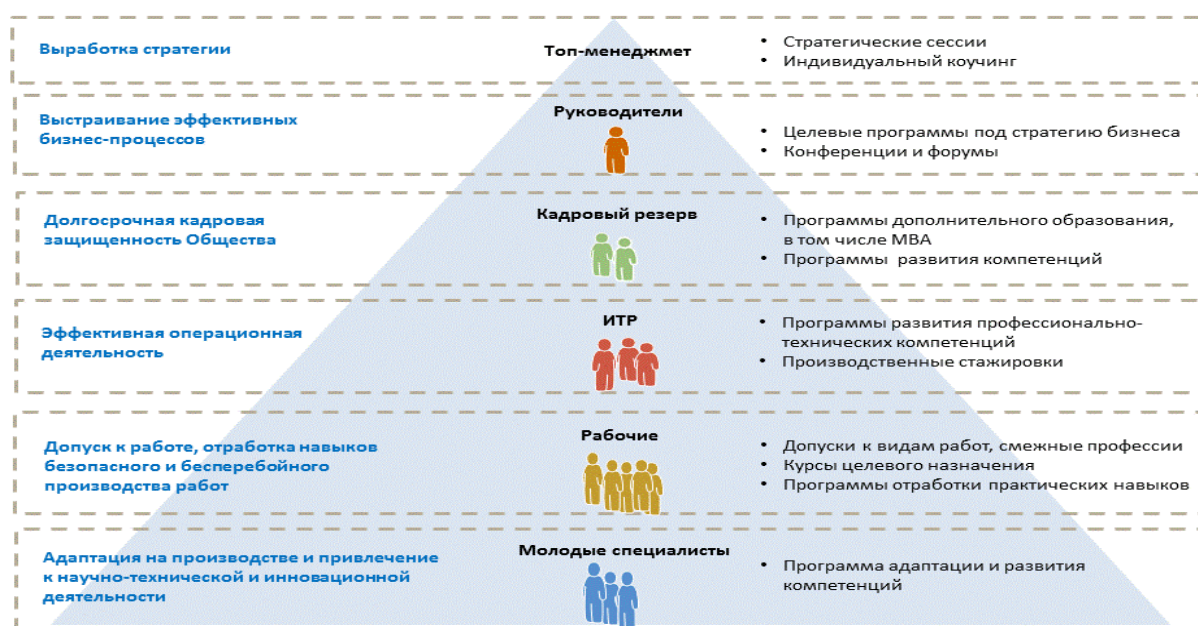


Рисунок 2.4 – Цели и инструменты развития персонала

Через обучение транслируются государственные требования, корпоративные политики и процедуры, лучшие российские и зарубежные практики. В качестве провайдеров привлекаются лучшие российские эксперты

В целях планирования развития персонала в Обществе разработана и постоянно совершенствуется система комплексной оценки работников, ее методы и инструментарий.



Рисунок 2.5 – Система оценки персонала

Системность при оценке персонала позволяет выявить пробелы в знаниях и навыках отдельного работника и составить как индивидуальные планы развития, так и план развития персонала в целом.

ОАО «Томскнефть» ВНК имеет Учебный центр, оснащенный современными компьютерными классами, и учебный полигон с рабочими установками, что позволяет обеспечить своевременную подготовку и

переподготовку рабочих и специалистов в соответствии с реальными потребностями компании и требованиями государственных контролирующих органов в области профессиональной подготовки кадров ТЭК.

Учебный центр ОАО «Томскнефть» ВНК аккредитован по следующим направлениям:

- обучение работодателей и работников вопросам охраны труда;
- подготовка специалистов организаций, поднадзорных Ростехнадзору;
- обучение и проверка знаний рабочих организаций, поднадзорных Ростехнадзору;
- подготовка специалистов, связанных с перевозкой опасных грузов;
- подготовка водителей, осуществляющих перевозку опасных грузов.
- Основные направления деятельности Учебного центра:
Рабочие профессии:
 - добыча, подготовка и переработка нефти и газа (42 профессии);
 - бурение, ремонт скважин, спецтехника (22 профессии);
 - транспорт, грузоподъемные механизмы (36 профессий);
 - электротехника, теплотехника и газовое хозяйство (38 профессий);
 - строительство (32 профессии).
 - допуски к выполнению опасных работ (41 курс по безопасности труда для рабочих).
 - подготовка к конкурсу «Лучший по профессии».
- Курсы для ИТР:
 - технические курсы (48 курсов по безопасности труда для ИТР, 5 курсов по техническому обучению);
 - компьютерные курсы (21 ИТ-курс);

- транспорт (12 курсов);
- корпоративное обучение (14 тренингов и семинаров для сотрудников предприятий).

Корпоративная система подготовки кадров Общества охватывает все направления бизнеса и категории персонала: ежегодно более 5300 человеко-курсов и 500 учебных программ.

В городе созданы два «Роснефть-класса» на базе средних школ №4 и №5. Отбор учащихся в классы производится на конкурсной основе. Кроме углубленного изучения физики и математики, в программу включена дополнительная вузовская подготовка (занятия проводят преподаватели вузов). В течение двух лет с ребятами ведется расширенная профориентационная деятельность (знакомство с производством, экскурсии в подразделения Общества, встречи с ветеранами, молодыми специалистами и генеральным директором). С целью развития лидерских качеств, проводятся командообразующие мероприятия, деловые игры и тренинги. Кабинеты этих классов имеют современное технологическое оснащение.

В 2015 году 96,3 % выпускников 11-го «Роснефть-класса» поступили в вузы, из них 53,8% - на профильные специальности.

Общество взаимодействует с управлением образования г. Стрежевого. На развитие учреждений образования ежегодно выделяется целевая спонсорская помощь. Общество оказывает организационную и финансовую помощь в проведении молодёжных фестивалей, турниров, социальных акций, проводимых управлением образования администрации Стрежевого.

С 2010 года в ОАО «Томскнефть» ВНК реализуется программа по контрактной подготовке.

Контрактная подготовка – обучение студентов за счёт средств ОАО «Томскнефть» ВНК по профильным специальностям, в соответствии с потребностью Общества, с целью их трудоустройства в Общество по завершении обучения.

Договоры о сотрудничестве по контрактному обучению заключаются с абитуриентами, соответствующим предъявляемым требованиям:

- выпускники Образовательной организации городского округа Стрежевой;

- средний балл в аттестате о среднем общем образовании не ниже «4».

Выпускники школ, поступившие в вуз на бюджетное место, заключают с ОАО «Томскнефть» ВНК двухсторонний договор о сотрудничестве и после обучения обязаны отработать 3 года.

Выпускники школ, поступившие в вуз на контрактную (платную) основу, стоимость обучения которых оплачивает ОАО «Томскнефть» ВНК, заключают трёхсторонний договор (вуз – предприятие - студент) и после обучения обязаны отработать 5 лет.

Студентам, заключившим договор о сотрудничестве по контрактному обучению, предоставляется производственная и преддипломная практика с оплатой расходов, связанных с её проведением (оплата медосмотра, проезд к месту прохождения практики и обратно, предоставление места в общежитии).

По результатам сдачи студентом учебных сессий Общество перечисляет студенту корпоративную стипендию:

- при условии отличной академической успеваемости по всем учебным предметам за семестр (средний балл по зачетной книжке составляет 4.8 - 5.0) выплачивается корпоративная стипендия в размере 25 000 рублей;

- при условии успешной академической успеваемости по всем учебным предметам за семестр (средний балл по зачетной книжке составляет 4.0 - 4.7) выплачивается корпоративная стипендия в размере 12 500 рублей.

Ежегодно коллектив «Томскнефти» пополняют несколько десятков выпускников высших учебных заведений. В Обществе работает 1541 молодой работник (в возрасте до 34 лет), это 38% от всех сотрудников. Статус молодого специалиста имеют 162 человек.

Статус молодого специалиста присваивается сроком на 3 года выпускнику высшего учебного заведения, окончившему вуз по очной форме обучения и имеющему профильное образование по специальности, связанной с его трудовой деятельностью в Обществе. При этом средний балл по диплому должен быть не ниже 4,0. Трудовой договор с Обществом должен быть заключен не позднее 3 месяцев со дня окончания обучения (дата выдачи документа об окончании учебного заведения). Кроме того, при трудоустройстве необходимо успешно пройти оценочные процедуры, определяющие уровень профессиональных знаний.

Развитию молодых специалистов (МС) уделяется большое внимание, основная цель которого - всестороннее развитие личности. Программы развития рассчитаны на три года.

С целью создания благоприятных условий для осуществления молодыми работниками инновационной деятельности, повышения их инициативы и эффективности применения знаний Общество уже 20 лет проводит научно-технические конференции. Проекты, предложенные молодёжью, реализуются на практике.

Традиционным стало проведение конкурса «Лучший молодой работник», по результатам которого составляется рейтинг лучших. Премияльный фонд конкурса составляет 1 миллион рублей.

Всем молодым работникам при трудоустройстве в ОАО «Томскнефть» гарантирована социальная ПОДДЕРЖКА:

- районный коэффициент к заработной плате составляет 1,7, для работников Лугинецкого региона - 1,5;
- молодёжи до 30 лет: ускоренное начисление северной надбавки за работу в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностям (10% через каждые полгода, до достижения 50% от заработка);
- надбавка за вахтовый метод работы в размере 240 рублей за каждый календарный день вахты;

- оплачиваемый проезд к месту отдыха и обратно в пределах России - 1 раз в два года (для работника и членов семьи);
- дополнительный оплачиваемый отпуск за работу в местности, приравненной к районам Крайнего Севера - 16 дней;
- выделение санаторно-курортных путевок работнику и членам семьи - 1 раз в два года;
- добровольное медицинское страхование;
- предоставляется право воспользоваться материальной помощью в виде возмещения стоимости аренды жилья.

Молодым работникам в случае переезда в г. Стрежевой предоставляются дополнительные гарантии и компенсации:

- оплата стоимости проезда работника и членов его семьи при переезде в пределах России и стоимости провоза багажа;
- «подъёмные» в размере двух должностных окладов, плюс - половина должностного оклада работника на каждого прибывающего с ним члена семьи;

Молодым специалистам, дополнительно:

- производится доплата (в размере от 3600 рублей - молодым специалистам первого года, работающим на рабочих позициях);
- предоставляются койко-места и комнаты (семейным) в комфортном общежитии, оснащённом мебелью и бытовой техникой, сроком на 3 года. Оплата зависит от площади комнаты и количества проживающих (примерно, койко-место 1800 руб./месяц, комната - 3300 руб./месяц).

Социальный пакет ОАО «Томскнефть» ВНК - один из лучших в области.

На выплаты по статьям, предусмотренным в Коллективном договоре предприятия, в 2015 году было направлено более 231 млн рублей.

На оздоровление и отдых работников, членов их семей и неработающих пенсионеров Общества в 2015 году израсходовано более 97

млн руб. Предоставлено 2180 путевок в санатории и дома отдыха Западной Сибири, Башкортостана, Черноморского побережья и Кавказа.

В 2016 году на социальные льготы и гарантии планируется направить порядка 297 млн руб. Это значит, что социальный пакет, содержащийся в действующем коллективном договоре, будет предоставлен работникам, членам их семей и неработающим пенсионерам Общества в полном объеме.

С 2009 года в ОАО «Томскнефть» ВНК действует программа по предоставлению образовательных беспроцентных займов работникам Общества и их детям. За это время выдано займов на сумму 8,5 млн рублей (1,8 млн рублей - в 2015 году).

Обществом построен и содержится прекрасный спортивно-оздоровительный комплекс «Нефтяник», уникальный для Сибири и Дальнего Востока, давно ставший любимым местом отдыха стрележчан. Его общая площадь составляет 7557,6 квадратных метров. Ежедневно комплекс посещают около тысячи человек.

На базе СОК «Нефтяник» осуществляется программа ОАО «Томскнефть» ВНК по оздоровлению и реабилитации сотрудников и неработающих пенсионеров Общества.

ОАО «Томскнефть» ВНК неоднократно побеждало в конкурсе «Предприятие высокой социальной эффективности и социального партнёрства» на различных уровнях, от городского до всероссийского.

В ОАО «Томскнефть» ВНК разработан ряд проектов, направленных на поддержку регионов.

Благотворительная политика Общества строится на принципах планомерности и долгосрочности. Уже в течение многих лет, вне зависимости от экономической ситуации в стране и отрасли, ОАО «Томскнефть» ВНК оказывает помощь самым незащищенным категориям населения северных территорий Томской области.

В ОАО «Томскнефть» ВНК понимают, что в наше время наиболее уязвимы пожилые люди и дети. Поэтому главным для себя считают

поддержку ветеранов войны, детей сирот и детей из малообеспеченных семей. Именно им ежегодно выделяются значительные средства. Кроме того, учитывая, что уровень социальной обеспеченности населения в северных районах в целом ниже, чем в крупных городах, акционерное общество финансирует программы, направленные на улучшение качества жизни людей.

ОАО «Томскнефть» ВНК использует самый широкий спектр механизмов реализации благотворительной деятельности. Это обеспечивает предприятию высокую гибкость и эффективность претворения социальной политики в жизнь.

Ветеранское движение нефтяников — мощнейшая общественная сила, без которой невозможно представить прошлое, настоящее и будущее предприятия. Благодаря нацеленности на реальные дела, ОАО «Томскнефть» ВНК даже в очень непростые времена удается достичь неплохих результатов по решению проблем и поддержке своих пенсионеров, где бы они не проживали.

Для координированной социальной политики в марте 2001 года был создан официальный СОВЕТ ВЕТЕРАНОВ ОАО «Томскнефть» ВНК, который находится в Стрежевом. Кроме того, функционируют отделения в гг. Томске и Кедровом. Членами ветеранского сообщества «Томскнефти» на сегодняшний день являются более 2,5 тысячи человек.

Каждые пять лет ветераны избирают президиумы Советов. Для обеспечения нормальной работы им выделены помещения, как в Стрежевом, так и Томске. Члены президиума несут на своих плечах тяжелую организационную ношу - проводят подписку на корпоративную периодику, поздравляют с юбилейными датами, посещают на дому тяжелобольных с вручением продуктовых наборов и отраслевых журналов, проводят ежегодную перерегистрацию, консультации.

Каждому ветерану ОАО «Томскнефть» ВНК доступен стандартный социальный пакет: ежеквартальные выплаты, а также в честь юбилеев и

праздников: 8 Марта, Защитников Отечества, нефтяной и газовой промышленности, старшего поколения. Санаторно-курортные путевки предоставляются в санатории гг. Сочи, Анапа, Белокуриха, Железноводск, Чажемто и др.

Для текущего оздоровления пенсионеров в Томске и Стрежевом созданы группы здоровья, которые имеют возможность, в частности, заниматься плаванием в бассейне. В Стрежевом создана лыжная команда «Ветеран» и команда рыбаков-любителей. Обеспечением данных команд занимается ОАО «Томскнефть» ВНК, и все услуги абсолютно бесплатны для старшего поколения.

Многие ветераны-нефтяники принимают активное участие в художественной самодеятельности. По просьбе стрежевчан создан хор «Стрежень», выступает ансамбль «Белый свет», действуют другие творческие объединения.

В Томске на вечерах - встречах проводятся смотры - конкурсы: «Лучший овощевод», «Лучший цветовод», «Умелые руки» с вручением призов.

На средства ОАО «Томскнефть» ВНК ветераны регулярно приглашаются на вечера встреч и традиционно отмечают праздники: 23 февраля, 8 Марта, День нефтяника, День старшего поколения. Особое внимание ОАО «Томскнефть» ВНК - участникам ВОВ и труженикам тыла. Празднование Дня Победы проходит по особому сценарию, с участием Администрации, профсоюзного комитета и Совета ветеранов ОАО «Томскнефть» ВНК. Ежегодно накануне Дня Победы руководство предприятия встречается с ними в неформальной обстановке и выслушивает все просьбы и предложения.

Являясь социально ориентированным предприятием, ОАО «Томскнефть» ВНК традиционно придаёт большое значение созданию безопасных условий труда для сотрудников Общества, разрабатывая и

реализуя комплексы программ по улучшению условий и охраны труда, улучшению санитарных и бытовых условий на производстве.

Основные направления деятельности:

- обеспечение работников сертифицированной спецодеждой, спецобувью и другими СИЗ согласно требованиям законодательства и корпоративных норм;
- приведение зданий и сооружений в соответствие с требованиями строительных норм, требований пожарной безопасности;
- приведение освещения и микроклимата на рабочих местах в соответствие с требованиями санитарно-гигиенических норм;
- обустройство новых и ремонт имеющихся санитарно-бытовых помещений, помещений для обогрева, отдыха и приема пищи;
- организация обучения работников по вопросам охраны труда, промышленной, пожарной, экологической безопасности, реагирования в случае аварийных и чрезвычайных ситуаций;
- проведение первичных и периодических медосмотров работников;
- автоматизация и компьютеризация производственного оборудования и рабочих мест;
- укомплектование производственных объектов средствами малой механизации и современным электроинструментом для снижения доли ручного труда.

Политика «Томскнефти» перекликается с политикой компаний-акционеров. Одним из приоритетных направлений работы является защита окружающей среды. Сохранение экологического благополучия на территориях деятельности ежегодно обходится предприятию в сотни миллионов рублей. На месторождениях ликвидируется наследие советских времен: промыслы очищают от металлолома, восстанавливают загрязненные земли, специалисты общества активно занимаются вопросами повышения

надежности трубопроводов. Компания строит объекты газовой программы, направленной на увеличение уровня утилизации попутного нефтяного газа до 95%, приобретает новое специализированное оборудование, применяет современные технологии в рекультивации земель. Затраты на природоохранные мероприятия ОАО «Томскнефть» ВНК в 2014 году составили 2 728 млн рублей. Распоряжением генерального директора ОАО «Томскнефть» ВНК № 284 от 08 июля 2014 г. в ОАО «Томскнефть» ВНК утверждено и введено в действие Положение «Основные принципы деятельности ОАО «Томскнефть» ВНК в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды».

Еще одним принятым в этой сфере деятельности документом является Стандарт «Заявление о политике в области промышленной безопасности» (утверждённый распоряжением генерального директора ОАО «Томскнефть» ВНК № 014 от 16 января 2015 г.), который отражает основные цели, принципы и подходы к деятельности Общества в области промышленной безопасности для обеспечения соответствия требованиям федерального закона от 21.07.1997 г. №116-ФЗ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» В сентябре 2015 г. в ОАО «Томскнефть» ВНК проведен очередной инспекционный аудит для оценки соответствия ИСУ ПБ, ОТ и ОС Общества требованиям международных стандартов ISO 14001:2004 & OHSAS 18001:2007. Этот аудит был необходим для подтверждения сертификатов соответствия, выданных «Томскнефти» по итогам предыдущего, сертификационного аудита в 2014 году. Аудит проводился комиссией ООО «Ростехсерт» (аккредитованного от сертифицирующего органа «Quality Austria»), которая работала в Стрежевом и на месторождениях «Томскнефти» на протяжении трех дней. Комиссией auditors особо отмечен положительный опыт по взаимодействию с подрядными организациями, проведению «Часов безопасности», установка экранов безопасности, которые фиксируют количество дней без аварий, пожаров, несчастных случаев, внедрение «Золотых правил безопасности

труда» в виде памятки для сотрудников, отдельными пунктами включение их в договоры с подрядчиками. «Золотые правила безопасности труда» транслируют те ценности в области безопасности, которых придерживается «Томскнефть». Ещё один из положительных моментов в Компании - это оперативное доведение до дочерних обществ «Роснефти» и «Газпром нефти», информации обо всех, даже мелких инцидентах на производстве и подробный разбор этих ситуаций. По итогам аудита комиссия сделала вывод, что интегрированная система управления промышленной безопасностью, охраной труда и окружающей среды в ОАО «Томскнефть» ВНК успешно продолжает соответствовать требованиям международных стандартов ISO 14001 и OHSAS 18001.

3. Развитие местных территорий как основа реализации корпоративной социальной ответственности на примере ОАО «Томскнефть»

3.1. Роль стейкхолдеров в развитии и реализации корпоративной социальной ответственности и интересы территорий присутствия компании

Для многих заинтересованных групп нефинансовая отчетность в области корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития является основным источником информации. Она раскрывает социально-экономические и экологические аспекты хозяйственной деятельности компаний. Разнообразие форм отчетностей обусловлено отсутствием единого подхода в области понимания КСО, единой зарекомендовавшей себя формы отчетности в мировой практике ведения бизнеса.

Для эффективного управления КСО руководству организации необходимо:

1. Иметь четкое представление о разграничении добровольной и юридической ответственности. Добровольный характер принятия бизнесом части дополнительных социальных обязательств, превышающих установленные законодательством нормативы, с целью роста благополучия лиц, имеющих непосредственное отношение к организации, но не являющихся ее собственниками.

2. Четко разграничивать юридическую и социальную ответственность компании. Юридическая ответственность связана с набором формализованных социальных требований к социальным правам граждан и является неотъемлемым компонентом реализации обязательств компании, в то время как социальная ответственность предполагает принятие более широких социальных обязательств, сверх законодательно установленных, что предполагает более высокую степень осознания менеджерами и собственниками компании роли и значения компании в обеспечении социальной стабильности и благополучия.

Сегодня наблюдается устойчивый тренд как формализации стратегии социальной ответственности, так и усиления контроля за реализацией принципов социальной ответственности, в том числе со стороны государства. Динамику последних лет можно определить, как перетекание модели «бизнес как власть» в модель «власть как бизнес». Для последней характерен прежде всего подход к стране как к единой корпорации с отраслевыми и территориальными отделами, взаимозаменяемостью и широким использованием менеджеров из государственного и частного бизнеса в госуправлении и наоборот. Данные разграничения должны способствовать осознанию социальной ответственности всеми участниками бизнес-процессов и заинтересованными лицами. Через формирование и развитие института социального партнерства возможно воплощение общенационального интереса в сфере частного предпринимательства в России. Целью данного взаимодействия является повышение уровня качества жизни и наращивание человеческого капитала путем создания рабочих мест, предоставления социальных гарантий работникам, защиты окружающей среды и экономии невозполнимых ресурсов, защиты культурного наследия, поддержки усилий власти в развитии территорий, помощи учреждениям социальной сферы.

КСО – достаточно молодая концепция в практике менеджмента, сформированная под влиянием множества научных и практических взглядов в управлении, таких как концепция устойчивого развития, теория стейкхолдеров, руководство по социальной ответственности. И поэтому, можно говорить, что концептуальные подходы к феномену КСО продолжают формироваться и отдельные элементы внедряются в повседневную хозяйственную деятельность организаций. От понимания данных теорий и складываются конкретные механизмы внедрения принципов КСО, методы оценки, учета и т.д. Так как от восприятия и понимания КСО зависит применение на практике, необходимо в компании разрабатывать и утверждать политику в области КСО.

Развитие нефинансовой отчетности в России и по всему миру способствует развитию концепции КСО, популярности данного направления исследования, расширению круга специалистов по КСО и нефинансовой отчетности, а также постепенно способствует формированию системы менеджмента в области КСО в организациях. К главным инструментам информирования заинтересованных сторон относят отчеты в области устойчивого развития и нефинансовые отчеты.

Для достоверной и полной оценки КСО показатели должны быть измеряемыми, проверяемыми и сравнимыми, т.е. объективными. Повышению уровня объективности можно добиться, используя прозрачные данные из открытой отчетности. В связи с чем особенно остро стоит проблема раскрытия информации, которую призвана решить в том числе и нефинансовая отчетность. Поэтому второй нашей рекомендацией является составление отчетности в области КСО (нефинансовой отчетности).

В этих отчетах должна найти место оценка ожиданий стейкхолдеров и степени их удовлетворенности работой компании за год, так как составление отчетности по GRI, подразумевает проведение встреч с заинтересованными сторонами в ходе подготовки отчетности. Нефинансовую отчетность можно использовать для следующих целей:

- сравнение результатов хозяйственной деятельности как между отделами одной компании, так и между различными организациями в один отчетный период или в разные временные промежутки;
- оценка соответствия нормам, кодексам в области КСО, законам той страны, в которой компания ведет свою деятельность и к мировым стандартам;
- расчета социальной и экологической эффективности и пр.

Система нефинансовой отчетности, составляемой на основе руководства GRI, носит универсальный характер. Она содержит блок как стандартных элементов отчетности, так и вариативной части, в которой

могут отражаться результаты организации любого размера, географического местоположения, отраслевой принадлежности и т.д.

Данная система отчетности учитывает деятельность от малых предприятий до многоотраслевых организаций, от представителей малого бизнеса до транснациональных корпораций, действующих в мировом масштабе.

Система должна включать в себя как отдельные отраслевые, так и универсальные показатели отражающие результаты деятельности организации в области взаимодействия со стейкхолдерами.

Значительным элементом при формировании качественной отчетности является предоставление объективной информации, что является определяющим содержание отчета, отвечающего принципам КСО.

Сбор информации должен обеспечивать единообразие оцениваемых показателей. В рамках подготовки отчета по КСО в направлении сбора актуальной и объективной информации будут способствовать отраслевые и технические приложения, которые дополняют специфичные показатели результативности для специфичной отрасли, применяемые для дополнения существующих рекомендованных показателей, а не для их замещения.

Для применения принципов социальной ответственности на практике, используя международные и местные стандарты, на наш взгляд, целесообразно применять следующую схему взаимодействия организации и стейкхолдеров, отображенную на рисунке 3.1. Это наша рекомендация по совершенствованию процесса оценки КСО в компании.



Рисунок 3.1 – Взаимодействие организации и стейкхолдеров в соответствии с концепциями и стандартами в области КСО

Взаимодействие организации с ключевыми стейкхолдерами в ходе подготовки нефинансового отчета может быть представлено в виде нескольких этапов:

1. На первом этапе осуществляется выбор ключевых заинтересованных сторон данной организации в соответствии с концепциями устойчивого развития и заинтересованных сторон.

2. На втором этапе проводится рассмотрение бизнес-процессов компании на соответствие принципам Глобального договора ООН и положений Международной организации труда.

3. На третьем этапе разрабатываются стратегия и политика в области корпоративной социальной ответственности с учетом положений ведущих стандартов в этой области: ISO 26000, ISO 14000, SA 8000 и пр.

4. На четвертом этапе проводится формирование комплекса показателей нефинансовой отчетности организации в соответствии с международными стандартами в этой области (GRI и пр.). При

формировании показателей учитываются также рекомендации национальных организаций по подготовке отчетности, таких как РСПП и ТПП.

5. На пятом этапе осуществляется сбор информации для составления нефинансовой отчетности в соответствии с комплексом показателей, отобранных на предыдущем этапе.

6. На шестом этапе происходит формирование и публикация отчета. На этапе подготовки нефинансового отчета проводятся встречи с представителями ключевых стейкхолдеров компании согласно требованиям международного стандарта GRI.

7. После официальной публикации нефинансового отчета и знакомства с его результатами, стейкхолдеры доводят свои замечания, рекомендации по улучшению учета их интересов до представителей компании. Многие компании проводят презентации нефинансового отчета, на которые приглашают представителей власти, общественных организаций, местных сообществ, НКО.

Вовлечение стейкхолдеров в процесс подготовки нефинансового отчета позволяет компаниям добиваться следующих преимуществ:

- повышение доверия к компании со стороны широкого круга стейкхолдеров за счет повышения прозрачности ее деятельности;
- улучшение деловой репутации и позиционирования компании как социально ответственной;
- повышение лояльности со стороны персонала, снижение текучести кадров;
- снижение нефинансовых рисков (социальных и экологических) и за счет этого привлечение инвесторов и пр.

Данные принципы отражают достигнутые результаты, а также характеризуют принимаемые решения в процессе его подготовки. В качестве инструмента контроля и самодиагностики используются критерии. Принципы и критерии поясняются с представлением определения. Совокупность принципов и критериев должны помочь в формировании

открытой отчетности по КСО, полному раскрытию информации по показателям деятельности организации в данной области. В отличие от принципов социальной ответственности (уважение заинтересованных сторон, этическое поведение, прозрачность, соблюдение прав человека и международных норм, соблюдение верховенства закона) отчетность должна характеризовать вышеприведенные принципы. Кроме того, при формировании отчетности необходимо соблюдать следующие принципы.

Информация в отчете должна включать наиболее существенные показатели воздействия хозяйственной деятельности организации на экологию, экономическую и социальную среду, существенно влияющие на действия заинтересованных сторон.

В процессе функционирования организация занимается различными видами деятельности, о чем хотелось бы сообщить общественности и раскрыть сущность проделанной работы в нефинансовом отчете. Значительными и существенными являются показатели, обоснованно важные для характеристик взаимовлияния бизнеса и общества. Значимым показателем можно признать тот, без которого содержание отчета является неполным (не характеризует существенных работ, проделанных организацией в определенном направлении), а сам отчет становится в связи с чем не важным.

При анализе существенности влияния целесообразно руководствоваться положениями и рекомендациями международных и отечественных руководств и стандартов. При расставлении приоритетов необходимо анализировать существенность результатов хозяйственной деятельности конкретного предприятия в зависимости от внешней и внутренней среды организации. Если стейкхолдерами обозначаются потенциально опасные для общества последствия деятельности компаний, то в отчетах необходимо отразить проделанную работу по снижению данных угроз. Данные возможности и факторы следует рассматривать во время оценки существенности информации в диалоге с заинтересованными лицами.

В отчетности следует учитывать следующие внешние и внутренние факторы с целью определения значимости показателей:

- обозначаемые компаниями – конкурентами основные проблемы развития, связанные с перспективами отрасли хозяйствования;
- применяемые законодательные нормативные акты, международные соглашения, имеющие для организации и её заинтересованных сторон стратегическое значение;
- основные показатели, темы, ключевые интересы стейкхолдеров в области КСО;
- соответствие стратегическим программам развития региона;
- риски организации и возможности для развития, обусловленные экологическими и социальными проблемами в регионе присутствия, прогнозируемые посредством исследований экспертов либо региональных общественных организаций;
- риски, значительно влияющие на результаты основной финансово-хозяйственной деятельности компании;
- интересы поставщиков, акционеров, сотрудников, внесших свой непосредственный вклад в успешное развитие организации;
- основные факторы успеха организации; корпоративная культура, политики, стратегии, функционирующие системы менеджмента, ключевые ценности организации, цели и задачи.

Для отражения значительности воздействия на общество, экономику и окружающую среду организация должна продемонстрировать комплексность показателей и охват существенных направлений, предоставляя возможность заинтересованным сторонам анализировать результаты деятельности компании за отчетный период. Целостность включает в себя 3 основных характеристики: это промежуток отчетности (временные рамки), границы отчетности и сфера охвата.

Также на качестве отчета сказываются такие аспекты, как выбранные методы сбора и анализа информации, охват собранных данных по всем структурным подразделениям организации, определение границ отчетности, адекватность представленной в отчете информации с точки зрения предполагаемых пользователей отчетности, круг раскрываемых тем, связанных с развитием КСО.

Совокупность мероприятий и показателей, обозначенных в отчетности, должна отражать целостность, для того чтобы представить значительные воздействия на общество, экономику и окружающую среду. Целостность отчёта способствует объективной оценке заинтересованными сторонами результатов хозяйственной деятельности организации. Организации (компании) желательно учитывать, как результаты и последствия взаимодействий со стейкхолдерами, так и реакцию представителей местного сообщества, даже если они прямо не отражены в процессах взаимодействия с заинтересованными лицами. «Границы отчетности» подразумевают целостность организационных единиц, таких как дочерние компании, совместные предприятия, обособленные предприятия и пр., результаты деятельности которых должны быть представлены в отчетности. Для определения границ отчетности необходимо рассматривать подразделения, находящиеся под непосредственным контролем компании, и тех стейкхолдеров, на которых она оказывает влияние. Границы формируемого отчёта могут изменяться от желаемого эффекта и целей представляемой информации.

Прогнозируя как положительные, так и отрицательные воздействия, необходимо использовать тщательно обоснованные оценки, отражающие масштаб и область взаимодействия. Конечно, данные оценки связаны с определенной долей неопределенности, однако их можно рассматривать как дополнительную информацию при принятии управленческих решений.

Критерии целостности при формировании отчетности по КСО компании (организации):

не должна быть упущена важная информация, которая отражает значительное влияние на общество, окружающую среду и экономику региона либо может значительно повлиять на оценку со стороны стейкхолдеров;

отчет должен охватывать все подконтрольные организационно-производственные структуры, оказывающиеся под значительным воздействием организации;

отчет должен отражать мероприятия и значительные события за отчетный период, а также предполагаемые оценки результативности и значимости данных мероприятий на будущее развитие организации.

Для того чтобы отчёт можно было назвать качественным, следует учитывать следующие критерии:

- сбалансированность должна отражать степень внимания, акцентируемого к определенным проблемам пропорционально их значимости;

- отчётность должна отражать не только позитивные моменты, но и неблагоприятные темы и результаты;

- данные, содержащиеся в отчете, должны быть представлены пользователям в удобном формате через открытые источники доступа (СМИ, интернет, корпоративные документы и др.), позволяющие увидеть, как положительные, так и отрицательные результаты деятельности организации;

- данные должны быть единообразными и сопоставимыми от года к году и давать возможность сравнивать представленную информацию с результатами деятельности как внутри организации, так и других организаций;

- точность и подробность представленной в отчете информации достигается путем описания подробных количественных данных и качественных описаний результатов деятельности организации;

- сравнение и сопоставление организаций требует внимания к таким факторам, как географическое положение, особенности основного вида деятельности, масштабы организации и многие другие особенности;

- качественные показатели сопровождаются описательной информацией, прочими доступными свидетельствами и утверждениями;
- соблюдение баланса между необходимостью оперативного предоставления данных о результатах деятельности в области КСО и важностью соблюдения достоверности информации;
- своевременность достигается за счёт регулярного открытого доступа либо графика распространения информации для стейкхолдеров для принятия оперативных решений;
- оперативность предоставления данных после завершения отчетного периода с указанием срока последнего и предполагаемым следующим обновлением;
- наличие графиков, сводных таблиц с данными повышает наглядность представленной информации и способствует более ясному и качественному восприятию;
- надежность представленной в отчете информации обеспечивается вследствие качественного сбора информации, указания оригинальных источников, точности в расчетах в допустимых пределах погрешности.

3.2. Разработка мероприятий по развитию местных территорий присутствия ОАО «Томскнефть»

На основе анализа российской и зарубежной практики в области КСО предложен комплекс мер по совершенствованию использования результатов оценки корпоративной социальной ответственности:

- ежегодное составление нефинансовой отчетности. Социально-экологическая отчетность является не только ценным источником информации для проведения оценки КСО, но и позволяет в процессе ее создания находить взаимосвязи между многими процессами менеджмента;
- регулярное проведение количественной и качественной оценки КСО и проведение самооценки на соответствие стандартам ИСО 26000. Их

проведение необходимо синхронизировать с подготовкой ежегодного нефинансового отчета.

Результаты оценки КСО являются основой для принятия решений в области совершенствования корпоративной социальной ответственности и повышения устойчивого развития компании разработка и принятие ключевых показателей эффективности в области КСО для топ-менеджмента и сотрудников. Достижение запланированных показателей должно стать основой для мотивации и премирования сотрудников;

- создание отдела по корпоративной социальной ответственности, для– координации усилий в области корпоративной социальной ответственности и в области устойчивого развития. Это в большей степени важно для компаний в отраслях добывающей, тяжелой и химической промышленности, деятельность которых связана с загрязнением окружающей среды. Такая структура имеет место в ОАО «Томскнефть»;

- проведение оценки КСО компаний региональными и местными– органами власти на территориях их присутствия. Учет результатов оценки при принятии решений о сотрудничестве с организацией, например, в рамках государственно-частного партнёрства и муниципально-частного партнёрства.

Эти предложения по совершенствованию методов оценки КСО и принятию управленческих решений на их основе призваны обеспечить стабильный инвестиционный поток, повышение доверия к компании со стороны стейкхолдеров, устойчивое развитие и дополнительные конкурентные преимущества.

Для контроля эффективности имиджа организации предлагаем использовать разработанную и апробированную нами форму отчетности эффективности источников информации (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Форма отчета эффективности источников информации

Источник информации	Количество обращений	Доля к общему числу, %
Желтые страницы	71	18,0
Веб-сайт	31	7,8
Баннер в сети Интернет	20	5,1
Наружная реклама	10	3,9
Печатные СМИ (Шанс, Взгляд, Территория выбора, Курьер и др.)	80	2,3
Листовки, купоны	12	3,0
Радио	30	7,6
Телевидение	30	7,6
Знакомые, родственники, коллеги	19	4,8
Уже клиент	10	3,9
Источники информации не определены	81	22,1
Всего	394	100

Сегодня для успешного функционирования на рынке невозможно обойтись без размещения информации об организации в сети Интернет. Успех рекламной и PR-кампании в сети Интернет во многом зависит от готовности первоначально задействовать широкий ряд рекламных интернет-порталов, а при получении первых результатов - от умения провести их фильтрацию.

Эффективность интернет-порталов мы оценивали по нескольким основным критериям:

- цена за один визит на веб-сайт;
- цена за тысячу показов баннера;
- цена размещения баннера за неделю.

При большом рекламном бюджете можно ограничиться только рассмотрением цены за один визит на веб-сайт. По мере уменьшения этого бюджета возникает необходимость учитывать цену за показ баннера и цену размещения баннера на неделю, поскольку положительный эффект достигается лишь при длительном размещении баннера на Интернет-портале.

В табл. 3.2. дана форма отчета эффективности Интернет-площадок для рекламы ОАО «Томскнефть».

Таблица 3.2

Форма отчета об эффективности Интернет-рекламы ОАО
«Томскнефть»

Интернет-площадка	Адрес площадки	Цена за 1000 показов, руб. 2014 г.	Цена за 1 визит, руб. 2014 г.	Цена за 1000 показов, руб. 2015г.	Цена за 1 визит, руб. 2015 г.
Mail.ru (бизнес)	Business, mail	380,8	128,8	372,6	122,3
Яндекс	yandex.ru	285,6	84,0	273,2	72,5
Газета (финансы)	Ciazeta.ru	448,0	274,0	415,0	250,6
Яндекс (контактный поиск)	yandex, ru	910	75,6	899	71,3
Интернет-трейдинг	Internettrading.ru	1064,0	84,0	956,3	77,5
Еженедельник «Взгляд»	vg-news.ru	384,2	115,6	354,1	88,4

Критериями выбора информационной Интернет-площадки являются:

- 1) тематика Интернет-площадки,
- 2) ценовой диапазон;
- 3) целевая аудитория;
- 4) время размещения/количество просмотров Интернет-площадки;
- 5) схема размещения рекламы;
- 6) определение инструментов для аналитической оценки эффективности.

Таким образом, экспертные оценки рекомендуют для размещения рекламы интернет-площадки: Яндекс (контактный поиск), Про-лайн, так как данные площадки наиболее часто посещаемы выбранной нами целевой аудиторией и имеют наиболее низкую стоимость размещения на своих площадках.

Отчеты о рекламных мероприятиях ставят своей целью не только оценить их эффективность, но и выявить ошибки в их организации. Такой анализ необходим для того, чтобы не отказаться от эффективных рекламных

инструментов из-за неумения ими пользоваться. Оценка эффективности рекламы является слабым местом большинства организаций, поскольку на коммуникации довольно часто тратятся большие средства, а результативность от них часто непонятна. В табл. 3.3, представлена форма отчетности эффективности организации коммуникационной политики (стоимость средств, потраченных на коммуникации и их отдачу).

Таблица 3.3

Форма отчетности эффективности коммуникационной ОАО «Томскнефть»

Результат мероприятий, чел.	Январь	Февраль	Март	Апрель
Увидели баннер	120	78	54	39
Посетили сайт	154	127	200	160
Зарегистрировались и указали верные данные	182	140	115	89
Задали вопросы	6	12	14	3
Приехали на заправку	147	206	133	202
Всего контактов	796	753	671	659
Бюджет (руб.)				
Стоимость 1000 показов баннера	324,8	313,6	305,2	299,6
Стоимость одного визита на сайт	58,8	56,0	106,4	50,4
Стоимость одной регистрации на сайте	1806	2161,6	2055,2	1934,8
Стоимость одного контакта	1360,8	1867,6	1741,6	1383,2
Стоимость одного рубля размещенных средств	0,7	1,15	0,89	0,67

По мнению потребителей, имидж руководителя является одним из решающих факторов в создании репутации фирмы. Для эффективного формирования имиджа руководителя рекомендуем следующее:

- взаимодействовать со средствами массовой информации;
- развивать концепцию «руководитель-сотрудник», обеспечивать работникам социальную защиту;
- вести поиск новых форм сотрудничества с клиентами;
- осуществлять оптимизацию коммуникационной политики, повышающей имидж организации и ее руководителя;
- проводить аналитику и аудит имиджа организации и ее руководителя.

Взаимодействие руководителя со средствами массовой информации.

Деятельность ОАО «Томскнефть» следует на регулярной основе освещать в средствах массовой информации от первого лица.

Задача - сформировать у клиентов положительный образ. Необходимо, чтобы население г. Кирова получало информацию в ненавязчивой и привлекательной форме. Как выяснилось в ходе исследования, необходимо менять отношение потребителей путем просвещения, информирования о новых технологиях.

Развитие концепции «руководитель-сотрудник», обеспечение социальной защитой сотрудников ОАО «Томскнефть». Задача - обеспечить уровень социальной защиты сотрудников ОАО «Томскнефть» для их более эффективной работы. Следует уделять самое серьезное внимание культуре деловых отношений. Всякий человек не обязан быть предпринимателем, но культурным человеком он должен потому, что заинтересован в постоянном успехе. Одним из важнейших параметров имиджа руководителя является уровень уважения в коллективе. В заботе о других раскрывается возможность проявить свое уважение и заботу о сотрудниках.

Одновременно это является также и элементом базового регулирования трудоустройства, к сожалению, утраченном между работниками и работодателями.

Поиск новых форм сотрудничества руководителя с клиентами. Задача - повышение лояльности клиентов (удержание старых клиентов); расширение клиентской базы и увеличение продаж. Для удержания лидерства компании руководителю следует максимальное количество рабочего времени проводить в беседах с потребителем. Компании, не умеющие найти своего клиента, определить его потребности и построить с ним долгосрочные и доверительные отношения, со временем будут вытеснены теми, кто сумел соответствовать ожиданиям рынка. Для многих организаций сферы услуг эффективное управление отношениями с клиентами стало важнейшим фактором выживания и развития.

При увеличении вложений в привлечение новых потребителей их число перестает пропорционально расти и на каждого очередного клиента затрачивается все больше ресурсов, самое время задуматься о смене маркетинговой стратегии. По сути, задачи привлечения и удержания клиентов дополняют друг друга, поэтому для достижения оптимального результата важно обеспечить баланс ресурсных затрат и грамотно распределить ответственность за их исполнение между подразделениями компании.

При насыщении рынка, основную часть маркетинговых ресурсов лучше переключить на поддержку новых продуктов и/или выход на другие рынки, в то время как для «зрелых» услуг - начать использовать клиентосберегающие технологии. С учетом текущего состояния рынка предложен план коммуникаций организации (табл. 3.4).

Таблица 3.4

План коммуникаций организации

Направления формирования имиджа	Поддержание имиджа, делового стиля	Участие в выставках, конференциях	Реклама в СМИ	Полиграфия, поддержка вебсайта
Все предприятие	Корпоративные праздники, спонсорство		Публикация отчетности	Буклеты
Корпоративные услуги	Спонсорство	Участие в выставках	Отраслевые СМИ	Буклет по услугам
Услуги	Наружная реклама	Участие в форумах	Центральные СМИ	Папки, конверты
Новые предложения	Реклама в Интернете	Участие в выставках	ТВ, радио	

В личностном компоненте имиджа руководителя необходимо обращать внимание на нравственные и интеллектуальные качества, личностный потенциал, способствующих развитию имиджа организации как делового и надежного партнера. Важно определить, насколько человек демонстрирует лидерское поведение в экстремальных ситуациях, среди персонала, каково его отношение к сотрудникам своей организации, партнёрам, делу и, что немаловажно, самому себе.

Оптимизация коммуникаций, повышающих имидж руководителя.

Формируя имидж руководителя, следует, на наш взгляд, избегать ряд основных коммуникационных ошибок при выстраивании работы со СМИ:

- не следует стремиться получить освещение в медиа-компаниях, недавно вышедших на рынок. Нет необходимости искать внимания СМИ, пока сформированная стратегия коммуникаций на практике не покажет свою жизнеспособность;

- не имеет смысла охватывать рынок количеством публикаций в СМИ, в которых отсутствует сюжет коммуникаций. Качество материала гораздо важнее.

Рекомендуем не концентрироваться на одной целевой аудитории в ущерб другим. Обращение к разным группам людей разнообразит форму и сюжет публикаций;

- одним из наиболее действенных методов коммуникаций, оказывающих влияние на формирование имиджа, является популяризация элементов позиционирования (названия, графического образа, слогана, единого фирменного стиля) организации.

Аналитика и аудит имиджа организации и руководителя. Формирование и поддержание имиджа – процесс довольно сложный, длительный и затратный. Как и любой жизненно важный процесс, имиджевая политика требует постоянного совершенствования стиля и философии организации, разработки новых атрибутов и совершенствования старых, пересмотра идей и поиска современных подходов. Важным моментом при формировании имиджа организации и руководителя является систематическая аналитика существующего имиджа, его аудит и корректировка в соответствии с целями организации по предложенной методике анализа имиджа организации.

В серьезной организации имидж руководителя должен быть вторичным по отношению к репутации компании, к потребительской ценности услуги.

Формирование имиджа руководителя в этом случае - составная часть рутинной работы, базирующейся, в первую очередь, на целях и задачах организации. При этом важно, чтобы образы руководителя внутри организации и во внешней среде совпадали. Эффективное управление имиджем позволит повысить и ускорить процесс наращивания финансового потенциала организации (повысить объем продаж услуг, стоимость услуг), а также обеспечить аутентичность услуг и компании, будет способствовать росту лояльности представителей корпоративной аудитории. На микро уровне (уровне индивида) повышение имиджа организации позволит повысить уровень внутри личностного развития, социальную защищенность персонала, жителей региона. Потребительская ценность организации всегда должна оставаться первичной по отношению к ценности имиджа для предпринимательской структуры.

Для достижения высоких объемов оказания услуг нужно определить ожидания целевых потребителей относительно качества обслуживания. Неотделимость процесса производства и потребления означает, что качество услуги должно определяться на основе таких двух процессов, как предоставление услуги и фактическое восприятие результата потребителем.

Таким образом, формируя имидж организации необходимо учитывать специфические особенности данной сферы деятельности.

Для достижения высокого уровня оказания услуг нужно определить ожидания целевых потребителей относительно качества обслуживания. Необходимо постоянно совершенствовать методы продажи услуги, разрабатывать новые формы и программы оценки и анализа показателей деятельности и всей аналитической информации, систему отчетности сотрудников. Повышение имиджа организации должно привести к позитивному отношению со стороны клиентов, общественности и прессы.

Целенаправленное формирование имиджа организации с использованием предложенной нами организационной модели позволяет исследовать, корректировать и оживлять работу над имиджем организации.

Посредством маркетинговых коммуникаций (реклама, ПР-мероприятия, стимулирование сбыта и личные продажи) создается общественное мнение во внешней среде, способствующее реализации функциональных задач, стоящих при формировании имиджа организации сферы услуг.

Методический подход, предложенный к внедрению организациям, организации коммуникационной политики формирования имиджа предполагает точные пути к созданию общественного мнения и решения определенных целей организации. В зависимости от этапа предложенного алгоритма может проводиться оптимизация в области финансов, маркетинга, организационной структуры. Ожидаемые результаты от коммуникационной политики способствуют усилению позиций организации на рынке.

Модель анализа имиджа организации сферы услуг апробирована и дает возможность применять предпринимательским структурам и компаниям в рамках мониторинга имиджа. Методика имеет готовые предложения по коррекции существующего имиджа, учитывает специфические особенности и условия рынка услуг, поэтому является универсальной.

Направления совершенствования политики имиджа организации предполагает: разработку и реализацию оперативного плана мероприятий маркетинговой деятельности; оптимизацию организационной структуры в соответствии с целями компании; исследовательскую деятельность организации; аналитику и аудит коммуникационной деятельности; поиск новых форм сотрудничества с клиентами; развитие концепции качественного сервиса, в том числе новых услуг.

4. Социальная ответственность «Томскнефтехим»

В современном мире социальная ответственность бизнеса имеет важное значение во взаимоотношениях между компанией и ее стейкхолдерами. Компании соревнуются за места в рейтингах по устойчивому развитию и корпоративной социальной ответственности, за право быть включенными в ведущие фондовые индексы устойчивости и социальные индексы. Все больше компаний в России и мире публикуют нефинансовую отчетность. Растет количество агентств, предлагающих рейтинги в области корпоративной социальной ответственности (далее КСО). В России за последние два-три года было создано более 7 рейтингов, оценивающих различные аспекты КСО.

В настоящее время актуальным является вопрос оценки социальной полезности результатов деятельности организации. Без критериев оценки, характеризующих проявления корпоративной социальной ответственности, невозможно анализировать текущее состояние, делать прогнозы, невозможно сравнивать компании, управлять социально ответственной деятельностью.

Так. Как в предыдущих главах мы рассматривали социальную ответственность ОАО «Томскнефть», предлагаем рассмотреть социальную ответственность ОАО «Томскнефтехим».

4.1 Определение целей и задач программы КСО

Программа корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим» будет включать в себя основные принципы стратегического развития компании, которые будут связаны с реализацией социальных, экономических и экологических проектов. Деятельность ООО «Томскнефтехим» в области корпоративной социальной ответственности носит системный характер и направлена на результат. Все наши проекты объединены единой стратегией, а это значит, что все они направлены на

реализацию единой цели – формированию и укреплению ценностей социально-ответственного поведения в бизнес-среде.

Целями программы корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим» являются:

- интеграция компании в мировое сообщество, чьей тенденцией является формирование развитой системы социально ориентированного бизнеса;

- создание примера компании, которая успешно сочетает деловую эффективность и соответствие общественным интересам всех социальных групп, которые так или иначе связаны с нашим бизнесом;

- формирование внутри компании и в ее внешних отношениях ценностей социально- ответственного поведения, связанных с необходимостью укрепления тенденции к формированию социально-ответственной бизнес-среды.

Задачами программы корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим» являются:

- реализация программы по укреплению ответственности компании как представителя международного бизнес-сообщества (выработка стратегии построения доверительных долгосрочных отношений с партнерами и клиентами, противодействия коррупции, привлечения внимания общественности к необходимости добросовестной деловой практики, информационной открытости в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон и т.д.);

- реализация социальной программы (корпоративная политика, взаимодействие с социальными группами, чьи интересы пересекаются с деятельностью компании и т.д., благотворительность, образовательные проекты);

- реализация экологической программы (ресурсосбережение, проекты в сфере защиты окружающей среды и т.д.);

- подготовка ежегодного отчета о реализации программы корпоративной социальной ответственности и корректировка стратегии.

Среди принципов корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим»:

1. Системность. Все мероприятия в рамках программы корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим» объединены в общую стратегию и нацелены на результат.

2. Актуальность. Проекты программы соответствуют актуальным проблемам и потребностям всех социальных групп, чьи интересы, так или иначе, пересекаются с деятельностью нашей компании.

3. Клиентоориентированность. Мы заинтересованы в долгосрочных отношениях со всеми нашими клиентами и партнерами и поэтому стремимся выстраивать доверительное взаимодействие, нацеленное на удовлетворение интересов всех сторон.

4. Прозрачность. Суть, цели и особенности реализации программы корпоративной социальной ответственности ясно сформулированы и понятны каждому сотруднику ООО «Томскнефтехим».

5. Публичность. Любая информация о реализации программы корпоративной социальной ответственности ООО «Томскнефтехим», за исключением конфиденциальной, доступна широкой общественности.

6. Эффективность. Затраченные на реализацию программы ООО «Томскнефтехим» ресурсы (временные, финансовые и любые другие) должны иметь ощутимый эффект, способствовать решению конкретных задач.

4.2 Определение стейкхолдеров программы КСО

Определяем главных стейкхолдеров программы КСО.

Выбор основных стейкхолдеров проводится, исходя из целей и задач программы КСО, которые были определены выше. К каждой цели программы определим наиболее влиятельных стейкхолдеров. Результаты заносим в таблицу 4.1.

Определение стейкхолдеров программ КСО

№	Цели КСО	Стейкхолдеры
1	2	3
1	формирование развитой системы социально ориентированной деятельности	собственники, органы федеральной и местной власти, поставщики, работники, потребителей, население, партнеры, инвесторы, конкуренты
2	создание примера российской компании, которая успешно соединяет в себе деловую эффективность и соответствие интересам всех социальных групп, которые каким-либо образом связаны с деятельностью компании	
3	формирование внутри предприятия и в ее внешних отношениях ценностей социально-ответственного поведения, которые связаны с необходимостью укрепления направления формирования социально-ответственной бизнес-среды	собственники, органы федеральной и местной власти, поставщики, работники, потребителей, население, партнеры, инвесторы, конкуренты
	Задачи КСО	
1	разработка стратегии формирования доверительных долгосрочных отношений с клиентами и с партнерами	клиенты и партнеры
2	формирование интереса общественности к потребности деловой добросовестной практики	клиенты и потребители
3	информационной открытости по отношению к собственникам, поставщикам, бизнес-партнерам, клиентам и заинтересованным сторонам	собственники, поставщики, бизнес-партнеры, клиенты и заинтересованные стороны
4	исполнение социальной программы	работники компании
5	осуществление экологической программы	население
6	формирование ежегодного отчета об осуществлении программы корпоративной социальной ответственности	собственники, органы федеральной и местной власти, поставщики, работники, потребителей, население, партнеры, инвесторы, конкуренты

Поскольку цели КСО являются более общими по сравнению с задачами КСО, то они относятся ко всем стейкхолдерам компании. Так как задачи – это пошаговое достижение целей, то они будут относиться к конкретным стейкхолдерам.

Первая задача (разработка стратегии формирования доверительных долгосрочных отношений с клиентами и с партнерами) относится непосредственно к клиентам и партнерам, поскольку доверительные

отношения влияют на развитие компании и ее реализацию программы социальной ответственности.

Вторая задача (формирование интереса общественности к потребности деловой добросовестной практики) может быть реализована в случае, если компания будет порядочно и добросовестно выполнять свои обязательства перед клиентами и потребителями. В этом случае ее развитие также будет успешным. Потребителей также интересует качество, безопасность и доступность товаров и услуг.

Информационной открытости по отношению к собственникам, поставщикам, бизнес-партнерам, клиентам и заинтересованным сторонам принесет компании дополнительный доход, поскольку перечисленные стороны, имея информацию о компании, будут заинтересованы в работе с ней.

В исполнении социальной программы в первую очередь заинтересованы сотрудники предприятия, поскольку в случае существования адекватной оплаты труда, возможностей профессионального роста и деловой карьеры, наличия здоровой моральной атмосферы, оптимальных условий и режима труда, а также хорошего руководства они будут заинтересованы в развитии компании, а, значит, повысится производительность труда и качество работы сотрудников.

В осуществлении экологической программы в первую очередь заинтересовано население. Менеджеры предприятия должны учитывать множество факторов при организации перевозок с целью соблюдения норм безопасности, которые каким-либо образом могут повлиять на экологию.

Последняя задача (формирование ежегодного отчета об осуществлении программы корпоративной социальной ответственности) существенна для всех стейкхолдеров, поскольку в отчете будет отражаться вся проведенная работа компании по решению всех вышеперечисленных задач.

Администрации местных органов самоуправления заинтересованы в пополнении бюджета посредством налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения региона, поэтому развитие компании и увеличение ее прибыли выгодно местным и федеральным властям.

Таким образом, все перечисленные стейкхолдеры заинтересованы в реализации программы корпоративной социальной ответственности, а собственники компании – в первую очередь.

4.3 Определение элементов программы КСО

Основными элементами реализации программы КСО являются:

- 1) программа по укреплению ответственности компании в качестве представителя российского сообщества;
- 2) социальная программа;
- 3) экологическая программа.

Рассмотрим подробнее все элементы программы КСО.

4.3.1 Программа по укреплению ответственности компании в качестве представителя российского сообщества

ООО «Томскнефтехим» в своей деятельности неукоснительно соблюдает требования законодательства, придерживается принципов добросовестной деловой практики и честной конкуренции.

Мы осознаем свою ответственность за действия наших клиентов и за их воздействие на общество. Поэтому одним из требований ООО «Томскнефтехим» ко всем партнерам и клиентам является полное соответствие их деятельности требованиям законодательства, в том числе экологического. Все действия руководства и сотрудников ООО «Томскнефтехим» направлены на то, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований национального и международного рынка и с полным учетом затрат, так как именно этот показатель при соблюдении всех вышеназванных условий свидетельствует о наибольшей эффективности ведения бизнеса. Вся деятельность наших сотрудников направлена на реализацию стратегических целей развития компании, утвержденных

Советом директоров ООО «Томскнефтехим». При этом среди принципов бизнес-поведения нашей компании – недопущение нарушения прав на самореализацию и развитие партнеров, клиентов и других заинтересованных социальных групп. Мы гарантируем качество оказываемых нами услуг и постоянно стремимся к повышению качества и совершенствованию условий обслуживания наших клиентов. Это является показателем нашего стремления к построению долгосрочных отношений с нашими клиентами. Во главу приоритетов мы ставим индивидуальный подход к каждому клиенту, эффективные коммуникации и профессиональную компетентность наших сотрудников, что обеспечивает наивысшее качество оказываемых нами услуг. Руководство и сотрудники ООО «Томскнефтехим» стремятся к открытости и прозрачности своих бизнес-процессов для наших клиентов, партнеров и других социальных групп, чьи интересы пересекаются с деятельностью компании. В то же время, мы гарантируем полное сохранение информации, являющейся конфиденциальной, в том числе, данных о финансовых и других отношениях с клиентами и партнерами.

4.3.2 Социальная программа

Взаимоотношения СИБУРа как работодателя и сотрудников строятся по принципу справедливого партнерства. СИБУР обеспечивает своим сотрудникам достойные условия труда, справедливое вознаграждение, социальные гарантии, возможности профессионального и карьерного роста. Мы ориентированы на дальнейшее развитие в качестве эффективной компании и максимальное раскрытие потенциала сотрудников.

Каждый сотрудник вносит свой личный вклад в развитие компании, разделяя общие ценности: ориентацию на результат, меритократию, сотрудничество и командная работа, доверие, взаимоуважение и надежность, развитие, инициативность и лидерство.

Прозрачная система вознаграждения является важным конкурентным преимуществом СИБУРа. В компании действует единая система грейдов. В структуре вознаграждения предусмотрены постоянная часть — базовое

вознаграждение и переменная часть — премия, размер которой зависит от грейда сотрудника, выполнения им ключевых показателей эффективности и соответствия корпоративной культуре компании. Стратегия СИБУРа в области компенсаций и льгот нацелена на то, чтобы уровень базового вознаграждения сотрудников достигал рыночной медианы, а уровень совокупного вознаграждения был выше нее.

4.3.3 Экологическая программа

В соответствии с принятой Политикой интегрированной системы менеджмента ООО «СИБУР» и предприятий ПАО «СИБУР Холдинг» (в области охраны труда и окружающей среды, промышленной безопасности, качества и энергоэффективности) Компания считает экологическую безопасность, охрану здоровья человека и окружающей среды неотъемлемым элементом своей деятельности и одним из стратегических приоритетов.

СИБУР ведет непрерывную комплексную работу по снижению негативного воздействия на окружающую среду.

В целях реализации Экологической стратегии Компании в 2008 году была внедрена Корпоративная система экологического менеджмента СИБУРа (КСЭМ), соответствующая требованиям международного стандарта ISO 14001:2004. Эффективность Корпоративной системы экологического менеджмента подтверждается успешным прохождением ежегодных независимых аудитов на соответствие требованиям международного стандарта ISO 14001:2004.

Система экологического менеджмента дает возможность эффективно управлять экологическими аспектами деятельности предприятий Группы СИБУР от этапа проектной разработки до производственной и вспомогательной деятельности объектов, обеспечивая экологическую безопасность как при работе в нормальных условиях, так и в случае реагирования на нештатные ситуации. Непрерывное совершенствование системы корпоративного управления, построенного на принципах вертикальной интеграции, стратегического планирования, распределения

ресурсов между предприятиями, разработки единых корпоративных стандартов, регламентов и политик, дает возможность поступательно улучшать результаты функционирования КСЭМ.

Исходя из приоритетных направлений улучшения деятельности в аспектах «производство — экологическая безопасность» в Компании ежегодно формируются корпоративные экологические цели и ключевые показатели по уровням и функциям внутри Компании. Поставленные цели служат основой для формирования конкретных задач и программ мероприятий, направленных на реализацию Экологической стратегии, нашедшей свое отражение в Политике интегрированной системы менеджмента, которая разделяется работниками и служит ориентирами на всех площадках. На предприятиях Компании такие мероприятия входят в ежегодные целевые экологические программы.

СИБУР также стремится соответствовать международным требованиям в области охраны окружающей среды.

Таблица 4.2

Определение элементов программы КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1	2	3	4
1	клиенты, партнеры, федеральные и местные органы управления	законность	максимизация прибыли в рамках закона
2	клиенты, руководство компании	повышение качества	увеличение количества клиентов и потребителей
3	сотрудники	использование современной техники	улучшение условий труда сотрудников
4	сотрудники	материальное стимулирование	повышение производительности труда и качества выполняемой работы
5	сотрудники	нематериальное стимулирование	повышение производительности труда и качества выполняемой работы
6	сотрудники, клиенты, потребители, население	Повышение переработки	экологичность перевозимых грузов и транспорта

7	сотрудники, партнеры, клиенты, руководство компании	автоматизированный документооборот	уменьшение использования бумаги в организационном процессе компании
8	руководство и владельцы компании, сотрудники, местные органы самоуправления	энергосбережение	снижение затрат компании, повышение прибыли

Таким образом, все описанные мероприятия КСО принесут компании значительную пользу и повысят эффективность ее деятельности.

4.4 Определение затрат на программу

Рассчитаем затраты на реализацию программы КСО на предприятии ООО «Томскнефтехим» (таблица 4.3).

Таблица 4.3

Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Цена, тыс. руб.	Стоимость реализации за год, тыс. руб.
1	Законность	1280	15360
2	Повышение качества обслуживания	0	0
3	Использование современной техники	0	0
4	Материальное стимулирование	-	27560
5	Нематериальное стимулирование	-	1460
6	Автоматизированный документооборот	-	790
7	Энергосбережение	0	0
	ИТОГО:		45170

Общая сумма на реализацию программы КСО составляет 45170 тыс. руб.

4.5 Ожидаемая эффективность программы КСО

При реализации программ КСО, как уже было указано выше, компания получает существенный эффект работы (таблица 4.4).

Таблица 4.4

Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1	2	3	4	5
1	законность	15360	максимизация прибыли в рамках закона	рост экономики
2	повышение качества обслуживания	0	увеличение количества клиентов и потребителей	улучшение деятельности предприятия
3	использование современной техники	0	улучшение условий труда сотрудников	социальная защищенность
4	материальное стимулирование	27560	повышение производительности труда и качества выполняемой работы	рост экономики
5	нематериальное стимулирование	1460	повышение производительности труда и качества выполняемой работы	рост экономики
6	автоматизированный документооборот	790	уменьшение использования бумаги в организационном процессе компании	улучшение экологии
7	энергосбережение	0	снижение затрат компании, повышение прибыли	рост экономики

В данном случае соотношение затраты на мероприятие–эффект для компании – эффект для общества, является оптимальным, поэтому выбор мероприятий программы КСО является правильным.

Выводы по разделу

Следование принципам КСО в повседневной деятельности позволяет компаниям добиваться таких конкурентных преимуществ, как: привлечение креативных и компетентных кадров; улучшение системы управления нефинансовыми рисками, в первую очередь социальными и экологическими; умение мотивировать и сохранять опытных экспертов; достижение статуса надежного партнера, совершенствование репутации компании через этическое поведение и обеспечение доверия и как следствие расширение потенциальных возможностей и стабильный инвестиционный поток и пр.

В данном случае соотношение затраты на мероприятие–эффект для компании – эффект для общества, является оптимальным, поэтому выбор мероприятий программы КСО является актуальным и оптимальным.

Заключение

На основе проведенного анализа, необходимо подвести следующие итоги.

Следование принципам КСО в повседневной деятельности позволяет компаниям добиваться таких конкурентных преимуществ, как: привлечение креативных и компетентных кадров; улучшение системы управления нефинансовыми рисками, в первую очередь социальными и экологическими; умение мотивировать и сохранять опытных экспертов; достижение статуса надежного партнера, совершенствование репутации компании через этическое поведение и обеспечение доверия и как следствие расширение потенциальных возможностей и стабильный инвестиционный поток и пр.

В российской практике весьма популярным методом оценки КСО компаний является проведение опроса стейкхолдеров на степень их удовлетворенности и поиск информации о деятельности компании в открытых источниках. Как показал анализ, в российской практике мало используются комплексные интегральные показатели оценки КСО, требующие сложного математического аппарата и тщательного подхода к экспертной группе. Чаще используются упрощенные методики оценки, состоящие из небольшого количества показателей. Для полноты представления предложено объединять экспертные и комплексные методики оценок.

В работе предложена усовершенствованная методика самооценки деятельности компании на соответствие стандарту ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности». В 2013 году комитет РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике предложил проводить самооценку и представил методику, которая не содержит подробных рекомендаций по самооценке. В работе предложено провести анализ соответствия бизнес-процессов организации по 87-ми пунктам рекомендаций стандарта. В большинстве случаев предлагается

проводить проверки выполнения того или иного пункта соответствующим документом. Главное назначение самооценки – помочь применить принципы КСО во всех бизнес-процессах организации.

В работе предложен комплекс мер по совершенствованию КСО компаний: разрабатывать политику компании в области КСО; в крупных компаниях создавать отделы по КСО и устойчивому развитию; использовать систему КПЭ в отношении топ-менеджмента компании и сотрудников соответствующих служб; проводить ежегодную оценку КСО и самооценку на соответствие стандарту ИСО 26000; проведение самооценки гармонизировать с составлением нефинансового отчета. Это позволит повысить качество социальной деятельности и эффективность социальных и экологических расходов компаний.

Таким образом, предложения по развитию методов оценки КСО направлены на обеспечение устойчивого развития компаний в современной российской экономике.

Список литературы

1. Адизес, И.К. Управление жизненным циклом корпораций / И.К. Адизес; пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 500 с.
2. Антонов, В. Влияние корпоративной социальной ответственности на бренд и деловую репутацию компании / В. Антонов, М. Кулибина // Маркетинг. – 2008. – № 5. – С. 66–76.
3. Батаева, Б.С. Корпоративное управление, корпоративная прозрачность и корпоративная ответственность / Б.С. Батаева // Управленческие науки в современной России. – Том 1. – 2014. – № 1. – С. 35–39
4. Батаева, Б.С. Роль фондовых рынков в совершенствовании корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности / Б.С. Батаева // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2013. – № 1 (45). – С. 28–33
5. Батаева, Б.С. Устойчивое развитие России: социальное качество роста / Б.С. Батаева // Экономические системы. – 2013. – № 2. – С. 15–18
6. Беляева, И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: учебник / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров; под. ред. И.Ю. Беляевой. – М.: КНОРУС, 2015. – 316 с.
7. Беляева, И.Ю. Развитие территории: возможности и ответственность власти и бизнеса / И.Ю. Беляева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 2 (112). – С. 6 – 10
8. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: монография/ Ю.Е. Благов. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
9. Вавилина, А.В. Особенности и перспективы корпоративной социальной ответственности в регионе / А.В. Вавилина // Современные

корпоративные стратегии и управленческие технологии в России сборник научных трудов: в 3 частях. Москва, 2014. – С. 42-47.

10. Валькович, О.Н. Корпоративная социальная ответственность. Российский опыт: учеб. пособие / О.Н. Валькович, Л.И. Сланченко. – Краснодар, 2012. –230 с.

11. Гончаров, С.Ф. Корпоративная социальная ответственность / С.Ф. Гончаров, Н.А. Кричевский. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 195 с.

12. Горшков, М. К. Прикладная социология: методология и методы: Учебное пособие [Электронный ресурс] / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. – 403 с.

13. Грибцова, Т. Ю. Формирование стратегии корпоративной социальной ответственности: анализ альтернатив / Т.Ю. Грибцова // Российское предпринимательство. – 2013. – № 8. – С. 90–97

14. Гришина, Т.В. Социальная ответственность в системе регулирования социально-трудовых отношений: автореферат дис... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Гришина Татьяна Васильевна. – М., 2011. – 48 с.

15. Дмитриев, В.А. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: Учебное пособие. – М.: Внешэкономбанк, 2011. – 56 с.

16. Жойдик, А.П. Методы оценки корпоративной социальной ответственности бизнеса / А.П. Жойдик // Российское предпринимательство. – 2013. – № 6 (228). – С. 94–98

17. Жойдик, А.П. Оценка социальной ответственности бизнеса, основанная на международном стандарте ИСО 26000 / А.П. Жойдик // Научные труды Вольного экономического общества России. – Том 160. – 2012. – С.180–189

18. Жойдик, А.П. Рейтинг как инструмент количественной оценки корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / А.П. Жойдик // Управление экономическими системами: электронный научный

журнал. – 2015. – № (78) УЭКС, 6/2015. – Режим доступа:
<http://www.uecs.ru/component/flexicontent/items/item/3547>

19. Жойдик, А.П. Социальный баланс как инструмент учета корпоративной социальной ответственности на предприятиях с обособленными подразделениями [Электронный ресурс]. / А.П. Жойдик, Д.В. Лихачев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № (52) УЭКС, 4/2013. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/regionalnayaekonomika/item/2077>

20. Жойдик, А.П. Формирование нефинансовой отчетности в области корпоративной социальной ответственности, основанной на международных и российских стандартах и руководствах / А.П. Жойдик, Ю.В. Кузнецов // Сибирская финансовая школа. – 2015. – № 1 (108). – С. 139–144

21. Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – 231 с.

22. Измайлова, М.А. Социальная ответственность образовательных организаций в условиях экономики знаний / М.А. Измайлова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2014. – № 5 (37). – С. 130–133

23. Канаева, О.А. Корпоративная социальная ответственность: эволюция теоретических взглядов / О.А. Канаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. – 2013. – № 2. – С. 133–138

24. Канаева, О.А. Социальная политика российских компаний 2.0: новая версия для устойчивого развития (Часть 1) / О.А. Канаева // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (50). – С. 132–136

25. Коротков, Э. М. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов [и др.]; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2013. – 445 с.

26. Костин, А.Е. Корпоративная ответственность и устойчивое развитие / А.Е. Костин. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации, 2013. – 80 с.

27. Мартынов, А.С. Независимая оценка эколого-энергетической эффективности предприятий России и Казахстана – методика, организация, представление и использование рейтингов [Электронный ресурс] / А.С. Мартынов // Независимое экологическое рейтинговое агентство АНО НЭРА. – Режим доступа: nera.biodat.ru/press-room/agency_news/2009-10-07/doklad.doc

28. Международные стандарты оценки МСО 2011 г. [Электронный ресурс] / Ред.: И.Л. Артеменков, Г.И. Микерин, С.А. Табакова, М.А. Федотова, Ю.В. Школьников // Сообщество специалистов-оценщиков СМАО. – Режим доступа: smao.ru/files/dok_novosti/2013/perevod_mco.pdf

29. Никитина, Л.М. Алгоритм выбора инструментов для оценки корпоративной социальной ответственности / Л. М. Никитина, Д.В. Борзаков // Управленческие науки. – 2014. – №3 (12). – С. 24–28.

30. Остапенко, Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие / Г.Ф. Остапенко. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. – 112 с.

31. Перекрёстов, Д.Г. Социально ответственный бизнес: проблемы оценки вклада в развитие территории присутствия / Д.Г. Перекрёстов, И.П. Поварич // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 6–1. – С. 254–257.

32. Псарева, Н. Ю. Механизмы социальной защиты работников в условиях банкротства / Н. Ю. Псарева, Т. А. Тхоржевская // Труд и социальные отношения. – 2012. – № 04. – С. 147-150

33. Псарева, Н.Ю. Оценка уровня развития корпоративной социальной ответственности / Н.Ю. Псарева // Сборник докладов научной конференции «Управленческие науки в современном мире». – Том 1. – М.: Изд.дом «Реальная экономика», 2015. – С. 268–272

34. Рекомендации по проведению самооценки организации деятельности компании в соответствии с принципами социальной

ответственности на основе положений международного стандарта ISO 26000:2010», РСПП, 2011. [Электронный ресурс]. Комитет РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике. – Режим доступа: [http://www.gosman.ru/content/142\(1\).pdf](http://www.gosman.ru/content/142(1).pdf)

35. Сапрыкина, О.А. Методические подходы к оценке результативности корпоративной социальной ответственности и ее учетно-аналитическому обеспечению / О.А. Сапрыкина // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – № 2, Ч. 2. – С. 384–394

36. Стрижов, С.А. Корпоративная социальная ответственность в условиях кризиса / С.А. Стрижов // Социология власти. – 2012. – № 2. – С.93 – 97

37. Шабашев, В.А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики: монография / В.А. Шабашев, Д.Г. Перекрестов, И.П. Поварич. – М: Издательский дом «Академия Естествознания», 2011. – 216 с.

38. Шаповаленко, В.Г. Корпоративная социальная ответственность как конкурентное преимущество бизнеса / В.Г. Шаповаленко // Этап: экономическая теория, анализ, практика. – 2012. – № 4. – С. 139–146.

39. Шаховой, В.А. Социальное развитие и социальная ответственность как условия эффективного менеджмента предприятия / В.А. Шаховой // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2008. – № 4. – С. 152–165.

40. Шокола, Я.В. Кому что ближе. Корпоративная социальная ответственность в восприятии покупателями // Креативная экономика. – 2013. – № 7 (79). – С. 14-17.

41. Шокола, Я.В. Эволюция факторов развития корпоративной социальной ответственности в условиях российской рыночной экономики // Известия Санкт-Петербургского Университета Экономики и Финансов. – 2013. – № 5. – С. 162-164