

**Министерство науки и высшего образования Российской
Федерации**

федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Тема работы
Управление корпоративной социальной ответственностью на нефтегазовом предприятии

УДК 005.35

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ71	Провоторова Е.А.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Н.В.	к. философ. н., доцент		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Н.В.	к. философ. н., доцент		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Громова Т.В			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	Никулина И.Е.	д. э. н., профессор		

Планируемые результаты обучения по программе 38.04.02 Менеджмент

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Использовать фундаментальные научные знания в сфере профессиональной деятельности для постановки и решения новых задач
P2	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, презентовать и защищать результаты профессиональной деятельности
P3	Демонстрировать знания социальных и экологических аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	Активно пользоваться основными методами и средствами получения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией на современном уровне.
P5	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания основ функционирования экономической системы на разных уровнях для анализа и прогнозирования социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе.
P7	Применять знания экономики предприятия для повышения эффективности хозяйственной деятельности.
P8	Применять теоретические знания менеджмента в практике управления предприятием
P9	Разрабатывать и реализовывать стратегию управления человеческими ресурсами предприятия в целях решения стратегических и оперативных задач
P10	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов и объектов в целях эффективного управления предприятием.
P11	Применять инструменты маркетинга и методы социологических исследований для обеспечения конкурентоспособности предприятия
P12	Применять методы учета имущества, доходов, расходов и результатов деятельности организаций для формирования учетной политики, анализировать финансовую отчетность предприятий в целях принятия управленческих решений
P13	Использовать правовые нормы в документировании и управлении деятельностью предприятия.
P14	Организовывать, управлять и совершенствовать бизнес-процессы промышленного предприятия, в том числе производственные и логистические процессы, в целях повышения эффективности его функционирования и развития.
P15	Организовывать и оценивать эффективность создания новых бизнес-структур
P16	Оценивать эффективность и риски реальных и финансовых инвестиций предприятия
P17	Управлять операционной и финансовой деятельностью предприятия для обеспечения развития и роста стоимости капитала собственников

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

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

(Подпись) _____ (Дата) Никулина И.Е.
(Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

магистерской диссертации

(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
ЗАМ71	Провоторовой Екатерине Андреевне

Тема работы:

Управление корпоративной социальной ответственностью на нефтегазовом предприятии
Утверждена приказом директора (дата, номер)

Срок сдачи студентом выполненной работы:	07.06.2019
--	------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<p>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.).</p>	<p>Объектом исследования является процесс управления корпоративной социальной ответственностью на предприятии ООО "Газпром трансгаз Томск".</p> <p>Источниками данных для проведения работы стали результаты прохождения производственной и преддипломной практики; официальный сайт компании; научные журналы; on-line источники; учебная литература.</p>
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (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</p>	<p>а) изучить теоретические основы и принципы корпоративной социальной ответственности;</p> <p>б) проанализировать международные практики корпоративной социальной ответственности;</p> <p>в) провести анализ деятельности ООО «Газпром трансгаз Томск» в области</p>

дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	корпоративной социальной ответственности»; г) выработать рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности.
Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей)	Рисунки: объекты КСО, система международных стандартов управления деятельностью в области устойчивого развития организации, рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний в 2018 г., производственная структура ООО «Газпром трансгаз Томск», организационная структура ООО «Газпром трансгаз Томск», принципы отчета в области устойчивого развития Таблицы: основные этапы развития определения КСО, взаимосвязь международных и российских стандартов КСО, сравнительный анализ принципов КСО разных стран, анализ принципов КСО российской модели и особенностей нефтегазового комплекса, предложения по совершенствованию мероприятий КСО
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы (с указанием разделов)	
Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Черепанова Наталья Владимировна
Definition of corporate social responsibility	Новикова Вера Станиславовна
Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:	
Definition of corporate social responsibility	Определение корпоративной социальной ответственности

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

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Н.В.	к. философ .н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ71	Провоторова Е.А.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 115 страниц, 9 рисунков, 14 таблиц, 47 использованных источников, 2 приложения.

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс, корпоративная ответственность, социальная ответственность.

Объектом исследования является процесс управления КСО на предприятии ООО "Газпром трансгаз Томск".

Цель работы – на основе анализа корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск» разработать комплекс рекомендаций по управлению системой корпоративной социальной ответственности с ориентацией на стратегический менеджмент

В процессе исследования проводилось изучение теоретических основ корпоративной социальной ответственности, изучение международных практик корпоративной социальной ответственности, изучение системы управления корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск».

В результате исследования были разработаны рекомендации по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск».

Степень внедрения: рекомендации по совершенствованию корпоративной социальной ответственности могут быть использованы в практической деятельности Общества.

Область применения: деятельность ООО «Газпром трансгаз Томск».

Экономическая значимость работы заключается в совершенствовании мероприятий социальной ответственности, направленных на повышение производительности труда компании.

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В данной работе применены следующие термины с соответствующими определениями:

Внутренняя социальная ответственность – это непосредственно деятельность, направленная на обеспечение социальной защиты персонала

Внешняя социальная ответственность – поддержка оздоровительных, инновационных, образовательных программ различных слоев общества.

Социальные инвестиции - вложения в объекты социальной сферы с целью получения дохода и повышения уровня и качества жизни людей посредством удовлетворения их материальных, духовных или социальных потребностей.

Список используемых обозначений и сокращений:

КСО – корпоративная социальная ответственность;

ПАО – публичное акционерное общество;

АО – акционерное общество;

ООО – общество с ограниченной ответственность;

ООН – организация объединенных наций;

РСПП – Российского союза промышленников и предпринимателей;

ТК – трудовой кодекс;

ЕС – Европейский союз;

СПГ – сжиженный природный газ;

НПФ – негосударственный пенсионный фонд;

МГ – магистральный газопровод;

КС – компрессорная станция;

НКС – насосно-компрессорная станция;

ГРС – газораспределительная станция;

ЛПУМГ – линейное производственное управление магистральных газопроводов;

ЛПУМТ – линейное производственное управление магистральных трубопроводов;

ПЭО – производственно-экономический отдел;

Управление ЭГ ВС и ДВ – Управление эксплуатации газопроводов в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке;

ООТиЗ – отдел оплаты труда и заработной платы;

Отдел ОТ и ПБ – отдел охраны труда и пожарной безопасности;

АХО – административно-хозяйственный отдел;

ИСМ – интегрированная система менеджмента;

СМИ – средства массовой информации;

BP – British Petroleum;

SA8000 – Social Accountability 8000;

GRI – Global Reporting Initiative;

DCF – Disney Conservation Fund.

Оглавление

Введение.....	10
1 Теоретические основы корпоративной социальной ответственности как бизнес-практики	12
1.1 История возникновения корпоративной социальной ответственности .	12
1.2 Определение корпоративной социальной ответственности	17
1.3 Практика внедрения корпоративной социальной ответственности	20
2 Международные практики корпоративной социальной ответственности	31
2.1 Практика корпоративной социальной ответственности в США	31
2.2 Практика корпоративной социальной ответственности в Европе.....	37
2.3 Практика корпоративной социальной ответственности в Азии	41
2.4 Практика корпоративной социальной ответственности в России.....	50
3 Анализ деятельности ООО «Газпром трансгаз Томск» в области корпоративной социальной ответственности	57
3.1 Особенности корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли	57
3.2 Исследование системы управления корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск»	63
3.3 Разработка рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности	73
4 Социальная ответственность	84
4.1 Определение целей и задач программы корпоративной социальной ответственности	84
4.2 Определение стейкхолдеров программы корпоративной социальной ответственности	85
4.3 Определение структуры программы корпоративной социальной ответственности	86
4.4 Определение затрат на программы корпоративной социальной ответственности	87
4.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	88
Список публикаций студента.....	91
Список использованных источников	92
Приложение А	98
1 Definition of corporate social responsibility.....	99

1.1 Definition of corporate social responsibility	99
1.2 The advantages and the tangible, intangible benefits gained from the practice of corporate social responsibility	101
1.3 Disadvantages when implementing corporate social responsibility	105
2 Models of corporate social responsibility	106
2.1 American model	106
2.2 European model	109
2.3 Asian model	110
2.4 Russian model	113
Приложение Б	114
Элементы программы КСО «Газпром-нефть»	114

Введение

Корпоративная социальная ответственность с каждым годом становится все более актуальной темой для исследования. Соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности есть показатель того, что компания ответственно и честно ведет свой бизнес и принимает активное участие в решении социально-экологических проблем общества. Компании соревнуются за лидирующие позиции в области устойчивого развития и ответственности бизнеса. В России данная концепция только начала развиваться, в то время как в Европе и США такие подходы к ведению бизнеса применяются довольно давно. Тем не менее, число российских компаний, публикующие нефинансовую отчетность, растет.

В некоторых странах нефтегазовые компании являются стратегическими предприятиями, формирующие бюджеты государств. Кроме того, развитие данной отрасли негативно сказывается на состоянии окружающей среды и, как следствие, приводит ее к загрязнению.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что сегодня транснациональные компании приобретают все больший вес и значение для регионов присутствия и именно от их действий или бездействия во многом зависит то, в каком направлении будут развиваться эти регионы. Именно этим обусловлен выбор в пользу изучения корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли.

Цель работы – на основе анализа КСО ООО «Газпром трансгаз Томск» разработать комплекс рекомендаций по управлению системой КСО с ориентацией на стратегический менеджмент.

В связи с этим **задачами исследования** будут являться:

1. Определить понятие и сущность корпоративной социальной ответственности.
2. Изучить стандарты оценки социальных аспектов систем управления.

3. Изучить принципы корпоративной социальной ответственности разных стран.

4. Провести сравнительный анализ принципов КСО разных стран.

5. Рассмотреть процесс развития корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли в России.

6. Проанализировать внутреннюю и внешнюю социальную ответственность ООО «Газпром трансгаз Томск».

7. Исследовать систему управления КСО ООО «Газпром трансгаз Томск».

8. Разработать рекомендации по совершенствованию КСО ООО «Газпром трансгаз Томск».

Объект практической деятельности – процесс управления КСО на предприятии ООО "Газпром трансгаз Томск".

Предмет исследования – отношения стейкхолдеров в процессе управления КСО на предприятии ООО "Газпром трансгаз Томск".

Научная новизна заключается в следующих положениях:

1. Представлен выполненный сравнительный анализ по различным аспектам КСО разных стран.

2. Предложены рекомендации по совершенствованию политики корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск».

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения предложенных мероприятий в области устойчивого развития и более эффективного решения поставленных задач для достижения цели.

Таким образом, высокая теоретическая и практическая значимость, а также актуальность проблемы определили выбор темы выпускной квалификационной работы.

В рамках данного исследования был изучен и проанализирован большой объем научной литературы, новостных публикаций по исследуемой тематике, а также отчеты об устойчивом развитии компаний. Полный список использованной литературы приведен в конце работы.

1 Теоретические основы корпоративной социальной ответственности как бизнес-практики

1.1 История возникновения корпоративной социальной ответственности

В настоящее время тема корпоративной социальной ответственности становится все наиболее актуальной. В виду постоянно развивающегося производства, научно-технического прогресса, урбанизации жизни обостряются новые и весьма сложные проблемы: социально-экономические, информационные, технические, экологические и пр. Будущее цивилизации зависит от комплексного решения этих проблем [19].

Корпоративная социальная ответственность есть некая система взглядов, которая ориентирована на создание корпоративной культуры, основанной на взаимоуважении и взаимопомощи. Это многоуровневый процесс, который охватывает не только взаимодействие с внешней средой, но и с внутренней. Ее целью является улучшение условий жизни людей [5].

КСО имеет несколько направлений деятельности:



Рисунок 1 – Объекты КСО

Идеи КСО положили свое начало еще в 19 веке. Известным опытом того времени внедрения практики социальной ответственности являлись программы одного из первых социальных реформаторов – Роберта Оуэна. Именно он впервые попытался решить социальные проблемы системно. Его программа заключалась в том, что производительность труда нужно повышать не карательными мерами, а улучшениями условий труда. И, как показала практика, такие меры привели к снижению текучести кадров, производственного брака и прогулов [7].

Еще одним из ярких примеров является идея Генри Форда – он один из первых установил восьмичасовой рабочий день в США, ввел самую высокую в своей стране минимальную оплату труда, а также создал внутри компании социологический отдел, который не только наблюдал за условиями труда, но и за условиями жизни работников и как они проводят свое время. Результаты работы таких служб начали активно использоваться при управлении предприятием [42].

Начиная с 1950-х гг. в мире ведется исследование проблем ответственности бизнеса. В 1953 г. впервые было введено понятие корпоративной социальной ответственности Г. Боуеном. В его работе освещена концептуальная проблема, которая заключается в том, что бизнес несет ответственность перед обществом, частью которого он является. Вторая половина XX века ознаменовала научно-технический прогресс, в ходе которого умственный человеческий труд и материальный труд стал более востребован, что обеспечило прогресс социального устройства и производственных отношений. Компании стали рассматривать работников в качестве источника генерирования идей и инноваций.

В этот же период происходит череда катастроф, имеющих отношение к ответственности бизнеса:

в США в 1969 г. в результате чрезмерного загрязнения произошло возгорание реки Кайахога; в23 Италии в 1976 г. и на АЭС Три- Майл-Айленд в 1979 г. (крупнейшая ядерная авария в США) взорвалась химическая

фабрика; череда катастроф, связанных с железнодорожным, морским и авиатранспортом.

Многое из выше перечисленных событий стало результатом безответственного отношения руководства организаций к технике безопасности. Это, в свою очередь, оказало влияние на развитие общественных движений и организаций в странах с развитой экономикой. Такие действия руководства компаний стали причиной возникновения новых предпосылок рыночных отношений: снизился показатель спроса на услуги и товары подобных компаний; выросла активность некоммерческих общественных организаций и профсоюзов.

Под давлением мнения общественности в государствах Западной Европы и США были ужесточены нормы законодательства, созданы комиссии, организации, в том числе и международные, цель деятельности которых заключалась в установлении контроля над социальными аспектами деятельности компаний, таких как пользование природными ресурсами и экология, права человека, охрана труда и т.п.

Многие организации начали реализацию корпоративной социальной ответственности в качестве инструмента адаптации в подвижных условиях окружающей среды. Данный инструмент является частью системы управления: создаются регламенты, правила и стандарты КСО [16].

В развитии концепции корпоративной социальной ответственности огромную роль сыграла работа Римского клуба (международная организация, деятельностью которой является стимулирование изучения глобальных проблем). В 1970-е гг. благодаря деятельности организации возникает концепция управления - «устойчивое развитие». Основной предпосылкой данной концепции является предсказание человечеству, предвещающее глобальную катастрофу в XXI в., причинами которой станут: увеличение численности населения планеты, развитие научно-технического прогресса, экономическое развитие и нерациональное использование природных ресурсов. Предсказание не сбылось, но предположения и споры о катастрофе

сохранились. Работа Римского клуба закрепила в сознании проблемы современного общества и его пределов производства и расширения. Это подтверждает необходимость реализации концепции устойчивого развития, которая предполагает такие аспекты как: забота о будущем поколений, рациональное природопользование и забота об окружающей среде [25].

В конце 1970-х гг. ведущие компании США и Великобритании осознали идею объединения отдельных элементов корпоративной политики, определяющих взаимоотношения компании с внешней средой и разработать целостные подходы к взаимодействию с обществом. В основу легло изменение принципов стратегического управления с учетом корпоративной социальной ответственности. При этом, важно объединить ожидания общества с политикой и маркетинговой стратегией компании.

В конце 1970-х гг. ведущие компании Великобритании и США начали осознавать, что необходимо объединить отдельные элементы корпоративной политики, которые определяют взаимоотношение внешней среды с компанией, и разработать целостные подходы к взаимодействию с обществом. Важно было связать политику компании и ее маркетинговую стратегию с ожиданиями общества. И это требовало изменения принципов стратегического управления с учетом корпоративной социальной ответственности [16].

Под пристальным вниманием общественности оказывались компании, не пересматривающие принципы стратегического управления с учетом корпоративной социальной ответственности. Nestle - одна из крупнейших компаний-производителей продуктов питания и бутилированной воды стала жертвой споров о нерациональном использовании запасов пресной воды. Доля потребления компании воды была лишь 0,0008% от мировых запасов. Под давлением общественности компания была вынуждена разработать специальные экологические и социальные программы в целях снижения общественного резонанса [26].

В конце 1970-х - начале 1980-х гг., развернувшаяся в передовых странах вторая волна научно-технического прогресса стала причиной становления новой вехи в истории экономики – эпохи знаний. Основными стратегическими ресурсами в экономике стали информация и знания, ввиду того, что главными факторами конкурентоспособности бизнеса стали образование, навыки, здоровье и способности работников. Социальная и экологическая ответственность стала инструментом внутреннего управления организацией, дополнительным источником мотивации персонала и фактором конкурентоспособности [16].

Подводя итог вышесказанного, можно выделить основные этапы развития корпоративной социальной ответственности:

- 1) социальная ответственность как частная инициатива (личный вклад бизнесмена в общество);
- 2) корпоративная социальная ответственность как благотворительность и филантропия (спонсорство социальных программ, благотворительность);
- 3) корпоративная социальная ответственность как инструмент управления рисками (разработка и соблюдение стандартов, действия на внешнее воздействие, ответственность перед клиентами и обществом, предотвращение возможных рисков, связанных с деятельностью компании)
- 4) корпоративная социальная ответственность как элемент стратегического управления (планирование социально ориентированных и экологоориентированных мероприятий, конкурентное преимущество, устойчивое развитие бизнеса, управление мнением общества);
- 5) корпоративная социальная ответственность как корпоративная ценность и часть культуры компании (принцип корпоративного управления, экологическая и социальная ответственность как инструмент мотивации и развития персонала).

1.2 Определение корпоративной социальной ответственности

Эволюция определения КСО в различных источниках описывается по-разному. Существует большое количество определений, теорий и идей развития корпоративной социальной ответственности. Но мы выделим основные этапы.

Эволюция КСО насчитывает несколько основных этапов развития, связанных с концепциями и особенностями трактовки понятия КСО в разные периоды ее существования. В таблице 1 представлены основные этапы развития определения КСО.

Таблица 1 - Основные этапы развития определения КСО

Автор	Подход к определению	Год
1	2	3
Г. Боуэн	Социальная ответственность бизнесмена состоит в реализации такой политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества	1953
К. Дэвис	Первым из ученых рассмотрел КСО в управленческом контексте – «решения и действия бизнесмена, хотя бы часть которых лежит за границами прямого экономического и технического интереса фирмы»	1960-е
М. Фридман	«Борьба с бедностью — функция не частного бизнеса. Это дело государства. Наше дело — зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего не должны никому, кроме Бога и совести»	1971
Комитет по экономическому развитию	Бизнес должен заботиться не только о росте прибыли, но и делать максимально доступным вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни граждан и сообщества, а также в сохранение окружающей среды	1971
Т. Джонс	«КСО – это представление о том, что у корпораций имеются обязательства по отношению к группам, составляющим общество, помимо группы акционеров и группы, чье участие предусмотрено законом и коллективным договором. В этом определении ключевыми являются два аспекта. Во-первых, обязательства должны быть приняты добровольно, и принятие их под влиянием принудительной силы закона или коллективного договора не является добровольным. Во-вторых, обязательства представляют собой широкие, выходящие за рамки традиционных, связанных с акционерами, обязанности перед другими социальными группами, такими как клиенты, сотрудники, поставщики и местные сообщества»	1980

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Институт социальной этики	Социальная ответственность бизнеса – это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли	1987-1990

Что касается эволюции определения КСО в России, то в советское время в чистом виде не существовало понятие корпоративной социальной ответственности, однако, на балансе компаний имелось не мало объектов социальной инфраструктуры. К примеру, в 1980-е гг. 1,5 млн. детей имели возможность ежегодно отдыхать в принадлежащих предприятиям санаториях, а также 30 млн. человек пользовалось медицинскими услугами в медучреждениях, принадлежащих предприятиям. В условиях общественной формы собственности существует сложность разделения государственных социальных программ и программ конкретных предприятий. До 2000 года представители российского бизнеса ограничивались благотворительностью [4].

Интерес крупных компаний к выработке стратегий участия в жизни общества и политики социальной ответственности повысился в 2002 — 2006 гг. Это связано с тем, что стабилизировалась политика и экономика и российские компании активно выходили на международный рынок.

В «Докладе о социальных инвестициях в 2004 году», подготовленном Ассоциацией менеджеров России и Программой развития ООН, авторы разграничивают такие понятия, как корпоративная социальная ответственность и корпоративная ответственность перед обществом.

Собственно, корпоративная социальная ответственность бизнеса в рассматриваемом документе определяется как «добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций».

Стоит отметить, что понятие «социальной ответственности бизнеса» в определении сужается до понятия «социальных инвестиций». В то время как социальные инвестиции являются лишь одной из стратегий социально ответственного бизнеса.

В настоящее время в России крупные компании являются субъектами социально-ответственного бизнеса. Социальные инвестиции являются практической формой реализации корпоративной социальной ответственности.

В России к настоящему времени не сложились благоприятные условия для развития корпоративной социальной ответственности. Советская система социальной поддержки и дореволюционная благотворительность не способствовали формированию институциональных норм корпоративной социальной ответственности и механизмов социального партнерства [8].

В зависимости от того, на защиту интересов каких групп заинтересованных сторон нацелена социальная деятельность компании, корпоративная социальная ответственность делится на внешнюю и внутреннюю социальную ответственность [41].

Внутренняя социальная ответственность – это непосредственно деятельность, направленная на обеспечение социальной защиты персонала.

Например [24]:

- предоставление работнику возможности саморазвития посредством повышения квалификации и постоянного обучения;
- социально значимое вознаграждение за труд;
- стабильность выплат заработной платы;
- безопасность условий труда;
- оказание помощи в критических ситуациях;
- гарантированное медицинское страхование и др.

Процесс формирования внутренней корпоративной политики начался с 1990-х годов. В первой половине 1990-х гг. за счет сокращения заработной платы происходило сокращение социальных расходов предприятия. Предприятия, обязуясь компенсировать падение заработной платы, увеличивали расходы на социальную поддержку работников. В то время наиболее распространенными были такие льготы как надбавки к пенсиям, дотации на содержание детей в детских дошкольных учреждениях, а также

работники предприятия имели возможность приобретать товары по низким ценам в торговых точках, принадлежащих предприятию. В связи с углублением экономического кризиса, во второй половине 1990-х гг., сократились социальные программы предприятий. Социальные льготы, которые предоставлялись большей части работников на регулярной основе, сменились единовременными выплатами, такими как пособие при выходе на пенсию или материальная помощь. После кризиса в 1998 г., благоприятные экономические условия позволили увеличить социальные расходы. Однако профсоюзы потеряли свое влияние из-за отсутствия поддержки в самый трудный для экономики и работников период. Дискуссии о корпоративной социальной ответственности впервые приходятся на начало 2000-х гг. В них работодатели отстаивали минималистское понимание корпоративной ответственности как обеспечение выплат достойных заработных плат и налоговой дисциплины [16].

Внешняя социальная ответственность – поддержка оздоровительных, инновационных, образовательных программ различных слоев общества. Включает в себя следующие направления [24]:

- выпуск качественной продукции;
- поддержка образования и науки;
- ответственность за воздействие на экологию;
- спонсорство и благотворительность;
- взаимодействие с местными сообществами и властью, и др.

1.3 Практика внедрения корпоративной социальной ответственности

В настоящее время существует несколько устоявшихся моделей КСО, которые исторически формировались в той или иной стране под влиянием экономики и общества [2]: американская, европейская и азиатская модели. Российская модель КСО еще только формируется.

Основными факторами, препятствующие развитию КСО в России, являются:

- политические (отсутствие практики решения проблем: деятельность компаний в области КСО не регулируется на законодательном уровне);
- социальные (социальные проблемы, оставшиеся после развала СССР; например, высокий уровень бедности в регионах);
- географические (проблема отдаленности населенных пунктов, в частности, в Сибири и на Дальнем Востоке).

При сравнении европейской и российской моделей КСО можно отметить, что на Западе и в Европе права человека – одно из важнейших направлений деятельности корпоративной социальной ответственности. Большое внимание уделяется созданию новых рабочих мест и повышению уровня профессионализма молодых кадров. Также, характерной чертой европейской модели КСО является вовлечение пенсионеров и бедных слоев населения в деятельность компании [2]. Например, сотрудники-пенсионеры могут представлять интересы организации на мероприятиях. Компания компенсирует все затраты на проживание, питание и дорогу, но заработную плату они не получают. Таким образом, сотрудники чувствуют себя нужными, полезными для компании, ведут активную социальную жизнь.

В российской практике КСО поддержка молодежи и пенсионеров только начинает развиваться. К примеру, в крупных компаниях создаются локальные некоммерческие пенсионные фонды, целью которых является обеспечение достойной пенсии бывшим сотрудникам. Многие компании стараются привлекать молодых кадров, в основном это инженерные компании или ИТ. Такие кадры вырастают вместе как специалисты для конкретного предприятия. Однако, выпускники других специальностей сталкиваются с трудностями при поиске работы, в виду того, что требованием большинства компаний является наличие опыта работы. Поэтому молодые специалисты вынуждены искать работу за пределами страны [3].

Наглядно сравнительный анализ моделей КСО представлен на рисунке 2 [20].

Индикатор	Европа и Великобритания	Россия
1	2	3
Ключевые стейкхолдеры	<ul style="list-style-type: none"> • Персонал; • Потребители; • Государство; • Акционеры 	<ul style="list-style-type: none"> • Государство; • Собственники; • Персонал; • Потребители
Движущие механизмы развития КСО	Сами компании; СМИ и общество в целом; государство	Государство; сами компании; СМИ и общество в целом
Роль некоммерческих /неправительственных организаций	<ul style="list-style-type: none"> • Оказывают существенное влияние на бизнес; • Являются одним из драйверов развития инициатив в сфере КСО; • Имеются эффективные механизмы влияния на общественное мнение, которые сказываются на бизнес-приоритеты 	<ul style="list-style-type: none"> • Сравнительно немногочисленны, оказывают относительно слабое влияние на бизнес; • В большей степени являются помощниками, нежели двигателями КСО; • Не оказывают достаточного влияния на общество; общество не осведомлено о ключевых тенденциях развития КСО
Тенденции социальной отчетности	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка и публикация социальной отчетности и отчетов об устойчивом развитии иницируется самим бизнесом; • Стандарты социальной отчетности хорошо адаптированы и широко применяются в бизнес-сообществе; • Социальная отчетность ориентирована на большинство стейкхолдеров компании 	<ul style="list-style-type: none"> • Социальная отчетность находится на начальном этапе развития, достаточно редко иницируется в компаниях; • Стандарты социальной отчетности относительно неразвиты, существует непонимание механизмов влияния и перспектив развития социальной отчетности для бизнеса; • Ориентирована на государство и акционеров/инвесторов, в меньшей степени на общество

Рисунок 2 – Сравнительный анализ моделей КСО

По данным Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), значительная часть крупных российских компаний используют корпоративную социальную ответственность, т.к. осознают в полной мере, что помогать обществу и заботиться об окружающей среде – правильно с точки

зрения морали, а также является хорошими инвестициями в будущее компании [3]. Например, соблюдение принципов КСО благоприятно влияет на имидж, делает товары или услуги более востребованными, привлекает новых клиентов.

На сегодняшний день выделяют три основные концепции, на которых базируются теории КСО [17]:

1. Концепция заинтересованных групп

Заинтересованная сторона - это человек или организация, оказывающие или испытывающие на себе влияние деятельности другой организации, ее продукции, услуг и связанных с ними производственных показателей.

Основная идея данной концепции, основоположником которой является Э. Фриман, заключается в том, что компании могут становиться прибыльнее за счет устойчивых отношений с заинтересованными сторонами за счет удовлетворения их потребностей и нужд.

2. Корпоративное гражданство

Предполагает ответственность компаний за происходящее в стране и взаимную ответственность государства и бизнеса перед обществом.

3. Концепция корпоративной устойчивости

Основоположником данной концепции является Дж. Элкингтон. Он выделил три основания устойчивости – Люди, Планета, Прибыль (модель 3Р). Эти три элемента непрерывно связаны, т.к. развитие одного элемента приводит к развитию остальных.

Данный принцип часто используют как стандарт при составлении корпоративной социальной отчетности. Он предполагает включение экологических, экономических и социальных аспектов.

Развитие и распространение КСО как инструмента устойчивого развития компаний вызвало необходимость регламентации и стандартизации на национальном и мировом уровнях.

С 1990-х годов, в целях унификации нефинансовой отчетности, объективной оценки вклада компаний в экологическую, социальную и экономическую сферу и определения критериев их устойчивого развития, предпринималось множество попыток создания стандартов и систем регулирования деятельности корпораций.

SA8000 (Social Accountability 8000) – стандарт для оценки социальных аспектов систем управления. Данный стандарт основывается на нескольких конвенциях Международной организации труда, Всемирной декларации прав человека и Конвенции Организации Объединенных Наций по правам ребенка.

Стандарт SA 8000 основан на тех же подходах, что и ИСО 9000 (управление качеством) и ИСО 14001 (управление охраной окружающей среды). Различие между ними кроется в показателях, используемых для оценки. Первой компанией, получившей сертификат SA 8000 стала фабрика компании Avon Cosmetics, расположенная в Нью-Йорке [23].

Основным назначением стандарта SA 8000 является увеличение жизненного уровня работников и условий труда. Данный стандарт универсален и может применяться как для общественных организаций, так и для малых и крупных компаний. Стандарт определяет критерии оценки следующих аспектов организации: рабочее время, свобода профессиональных объединений и право на переговоры между нанимателем и профсоюзами о заключении коллективного договора, компенсация, детский и принудительный труд, дисциплинарные взыскания, здоровье и техника безопасности, системы управления, дискриминация [23]. При этом данный стандарт не затрагивает вопросы охраны окружающей среды и экономии природных ресурсов, помощи местному сообществу и этические нормы деловой практики [36].

В России нормы стандарта SA 8000 осуществляются в рамках Трудового Законодательства. Тем не менее, в российских условиях практически невозможно осуществить один из пунктов стандарта, а именно требование соответствия стандарту всех поставщиков. Поэтому, за всю

историю функционирования стандарта, сертифицированы были только те компании, которые входили бы в цепочку поставок для европейских компаний, требующих наличие такого сертификата.

Институтом социальной и этической отчетности (The Institute of Social and Ethical AccountAbility) был создан стандарт AA1000 Stakeholders Engagement Standard, являющийся ведущим стандартом нефинансовой отчетности по корпоративной социальной ответственности. Стандарт опирается на практический опыт подготовки и верификации отчетов более чем 1000 компаний по всему миру.

Основными этапами процесса социальной отчетности, согласно требованиям стандарта AA 1000, являются планирование (определение заинтересованных сторон, определение ценностей и задач компании и др.), отчетность (определение актуальных вопросов, индикаторов оценки, сбор и анализ информации), проведение аудита внешней организацией и подготовка отчетности. Главное отличие данного стандарта заключается в применении системы постоянного диалога со стейкхолдерами [40]. Он рассматривает принципы, механизмы и процедуры выявления заинтересованных сторон, выстраивания с ними конструктивных отношений и разработки социальной отчетности.

Русская версия стандарта подготовлена Фондом «Институт экономики города» с учетом широкой мировой практики. В настоящее время стандарт AA1000SES в России успешно внедрен более чем 30 ведущими компаниями, включая ОАО РАО «ЕЭС России», ОАО "Бритиш Американ Тобакко Россия", ОАО "Российские коммунальные системы", ОАО "ТНК ВР-Холдинг", ОАО "Русал", ОАО "Кузбасэнерго", РАО "ЕЭС России" и др. [10].

В основу стандарта GRI (Global Reporting Initiative) положена концепция устойчивого развития бизнеса, при которой компаниям необходимо сбалансировать экономическую, экологическую и социальную деятельности. Так же, как и стандарт AA 1000, GRI предусматривает подготовку отчета на основе диалогов с представителями заинтересованных

сторон (стейкхолдерами). Одно из основных отличий и преимуществ GRI состоит в том, что это руководство позволяет отчитывающейся организации использовать рекомендации поэтапно, т.е. компания, которая только встает на путь отчетности по устойчивому развитию, может на первых порах использовать лишь общие принципы документа. Также GRI предусматривает возможность подготовки отчета только по одной или нескольким областям деятельности организации с постепенным распространением на другие сферы. Однако по сравнению с AA 1000 GRI предлагает более сложную процедуру подготовки отчета. После того как текст отчета написан, необходимо подготовить его публикацию или публичное выступление с отчетом [35].

Одним из самых последних стандартов в сфере КСО является принятый в 2010 г. ISO 26000:2010, «Руководящие указания по социальной ответственности», который представляет руководство по принципам, основным темам и проблемам, лежащим в основе социальной ответственности, способам интеграции социальной ответственного поведения в стратегии, практики и процессы организации [22].

Стандарт основан на международном консенсусе между экспертами различных заинтересованных сторон из более чем 90 стран, и 40 международных или региональных организаций, и таким образом содействует распространению и внедрению наилучшей практики по социальной ответственности повсеместно. ISO 26000 был подготовлен РГ «Социальная ответственность», образованной при Техническом совете ISO. Руководство рабочей группой взяли на себя представители Бразилии и Швеции. Россия также принимала участие в процессе разработки ИСО 26000. Специально для этого приказом Ростехрегулирования от 22 ноября 2005 года был создан Технический комитет (ТК 471) по стандартизации «Социальная ответственность» под руководством Сергея Папаева [21].

Социально-экономические аспекты КСО охватываются в рамках семи основных тем: организационное управление, права человека, трудовые практики, окружающая среда, добросовестные деловые практики, проблемы,

связанные с потребителями и участие в жизни сообществ и их развитие. При этом, в стандарте отмечается, что в будущем могут возникнуть и новые проблемы, и, соответственно, новые разделы.

Существенное отличие стандарта от других подобных инициатив заключается в том, что в процессе разработки ИСО 26000 были учтены мнения шести основных групп заинтересованных сторон: государства, бизнеса, потребителей, некоммерческих организаций, академических институтов, представителей профсоюзов и работников.

Компетентность ИСО заключается в разработке гармонизированных международных договоренностей, основанных на двойном согласии – между основными категориями заинтересованных сторон, и между странами (ИСО – это сеть национальных органов по стандартизации 163 стран).

Более того, ИСО 26000 содержит не требования, а добровольно используемое руководство, и, таким образом, не является стандартом для сертификации, как ИСО 9001:2008 и ИСО 14001:2004. ИСО 26000 рекомендует организациям проанализировать все основные темы и выявить актуальные проблемы, применимые к организации, а затем оценить значимость воздействия организации в отношении заинтересованных сторон и влияние на устойчивое развитие.

Он предназначен для применения всеми типами организаций в частном и государственном секторах, развитых и развивающихся странах, а также странах с переходной экономикой [1].

Таким образом, международное сообщество выработало большое количество стандартов для оценки социально ответственной деятельности корпораций. В зависимости от потребности компания выбирает наиболее подходящий для нее стандарт отчетности. Например, GRI способствует повышению конкурентоспособности компании в области привлечения инвестиций и участия в тендерах международных организаций. ИСО 26000 носит универсальный характер и подходит больше для компаний, деятельность которых оказывает значительное воздействие на общество

(например, табачные компании). SA 8000 больше ориентирован на соблюдение трудового законодательства и экологических норм и подходит для компаний, которые хотят получать заказ от государства.

Рассмотренные выше стандарты используют системный подход и предъявляют высокие требования к сбору информации, и несмотря на свою уникальность, имеют общие точки соприкосновения:

- предоставление компанией нефинансовых отчетов;
- ведение открытого диалога со всеми стейкхолдерами, анализ, учет и оценка их интересов и требований;
- лояльность всех подразделений компании, а не только ее руководства, идеологии социальной отчетности.

Следует отметить, что российские и международные документы, регулирующие политику КСО, взаимосвязаны между собой. Так Социальная хартия российского бизнеса во многом перекликается с Глобальным Договором ООН, имеют точки соприкосновения и международные стандарты и руководства (ISO 26000, GRI, AA1000SES, AA1000AS, SA8000) с российскими аналогами, что отражено в таблице 2.

Таблица 2 - Взаимосвязь международных и российских стандартов КСО

Международные стандарты	Российские аналоги
GRI	Базовые индикаторы РСПП
ISO 26000	IC CSR-08260008000
SA8000	
AA1000SES	Нет
Нет	Стандарт социальной отчетности ТПП

Руководствуясь международными стандартами КСО, компания может выстроить систему управления деятельностью в области устойчивого развития, начиная от выработки стратегии взаимодействия со стейкхолдерами заканчивая списком рассылки нефинансовых отчетов. Значимость и вклад каждого из стандартов в построение единой системы управления деятельностью в области устойчивого развития отображены на рисунке 3 [10].

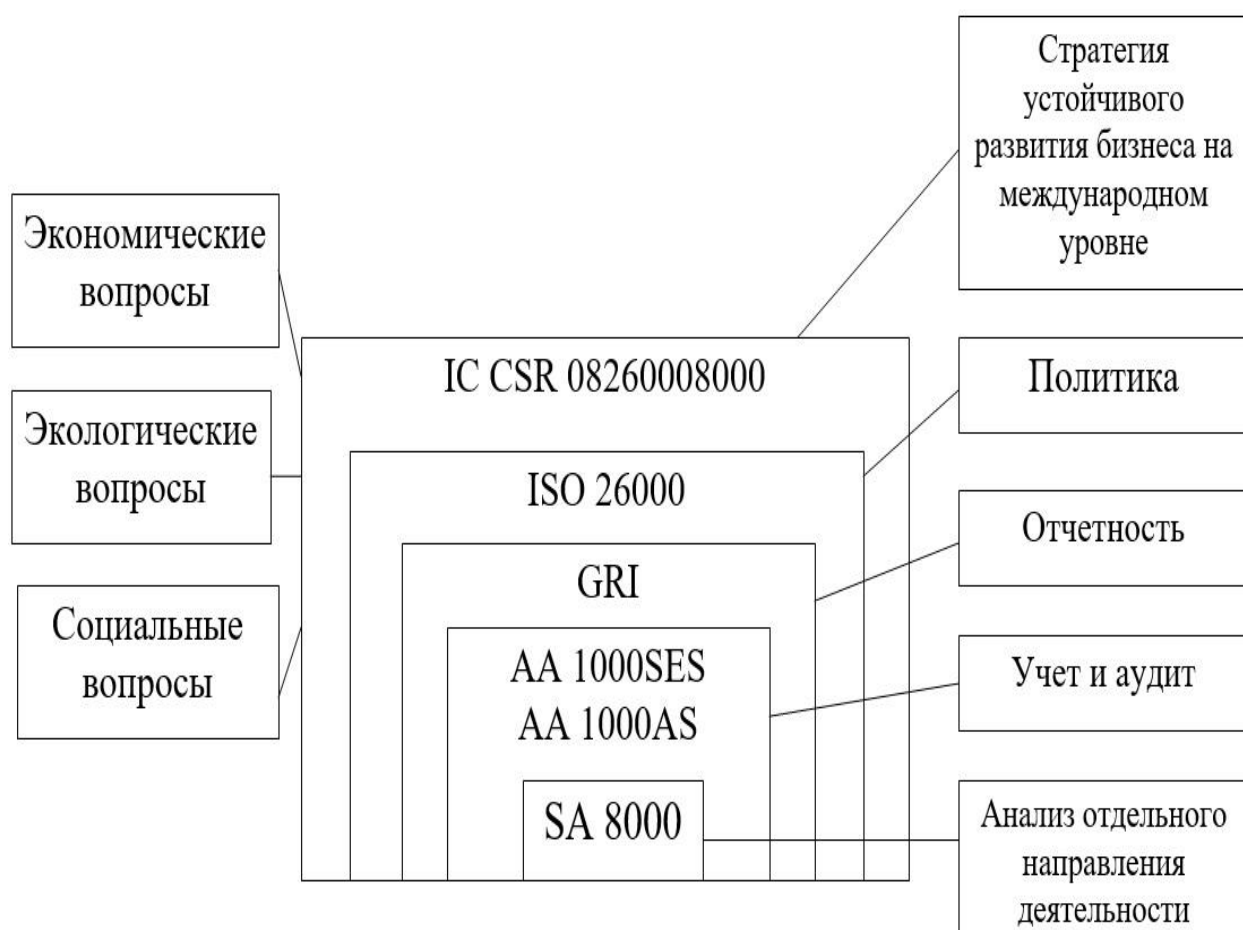


Рисунок 3 - Система международных стандартов управления деятельностью в области устойчивого развития организации

Таким образом, несмотря на то, что корпоративно-социальная ответственность относительно новое явление, на современном этапе развития мирового сообщества уже достигнуты достаточно весомые результаты в процессе стандартизации КСО. Первые шаги и основной толчок в направлении развития социальной отчетности и стандартизации КСО были сделаны зарубежными странами. Однако, если в начале 21 века можно было говорить о том, что Россия только поспевает за новыми тенденциями в сфере социальной ответственности бизнеса, то к настоящему времени принимает уже активное участие в мировом диалоге по проблемам КСО и вопросам стандартизации данного процесса (обоснованием это утверждения могут служить принятие международных стандартов ISO26000 и IC CSR-08260008000). В то же время, все стандарты в совокупности, включая два выше указанных, создают основу для создания и функционирования единой

системы управления деятельностью в области устойчивого развития корпораций. Другими словами, процесс стандартизации КСО привел к тому, что предприятия стали более ответственно относиться к результатам своей деятельности и рассматривать корпоративное управление в рамках устойчивого развития компании в мировом сообществе.

2 Международные практики корпоративной социальной ответственности

2.1 Практика корпоративной социальной ответственности в США

Формирование американской модели КСО началось в XIX в. Основной предпринимательства США является максимальная свобода субъектов и именно поэтому до сих пор некоторые сферы общественных отношений остаются саморегулируемыми. Субъекты бизнеса, обладающие самостоятельностью в определении вклада в общественную жизнь, сами проявляют инициативу в области корпоративной социальной ответственности. Таким образом, отличительной чертой американской модели КСО является минимальная роль государства в деятельности предпринимательства.

В США распространена благотворительная деятельность, и это касается не только сфер искусства и культуры, но также образования, здравоохранения, науки. Рассмотрим подробнее направления деятельности американских компаний в области КСО.

В сфере образования прослеживается связь между интересами государства и бизнеса. С 1950-х гг. правительство обозначило проблему отставания США в техническом образовании. Вследствие чего государство и бизнес направили свои усилия на финансирование инженерных и естественно-научных дисциплин.

Необходимо отметить, что финансовая поддержка оказывается на всех уровнях образования – от школьного до университетского и системе переподготовки кадров. Ярким примером может послужить Национальная инициатива в области математики и физики, деятельность которой направлена на повышение качества американского школьного образования в области математики и физики. Мероприятия такой программы подкреплены методикой оценки результатов.

Также немало важным направлением КСО в области образования является обеспечения равенства прав и доступа к образованию и предпринимательской деятельности для национальных меньшинств и женщин. В США действует поддержка национальных сообществ, организаций меньшинств и женщин. Таким образом осуществляется равный доступ к образованию и предпринимательской деятельности в стране [32].

Одним из самых эффективных и известных инструментов КСО являются стипендии, финансирование научных центров и гранты. Такого рода поддержка может иметь разное направление. К примеру, если компания ориентируется на развитие местного сообщества, то деньги направляются на поддержку обучения детей и студентов из малоимущих семей. Вместе с тем подавляющее большинство грантов выделяется на поддержку талантливой молодежи, обучающейся специальностям, которые наиболее актуальны для компании-донора.

Здравоохранение. На сегодняшний день, финансируется более половины всех медицинских затрат, включая выплаты частного медицинского страхования и прямые расходы потребителей медицинских услуг [12]. Причем речь идет как о частном бизнесе в сфере здравоохранения, так и о финансовой поддержке нуждающихся.

Большая часть финансирования со стороны бизнеса концентрируется в системе частного страхования. Государство в свою очередь проводит поощрительную политику по отношению к частному медицинскому страхованию, например, не облагаются налогом социальные пакеты, предоставляемые работодателем работнику. Таким образом, можно говорить о преимущественном развитии смешанных форм финансирования в сфере здравоохранения.

Среди направлений КСО в данной сфере наиболее распространены программы по борьбе со СПИДом, массовыми эпидемиями и оказанию помощи детям как в США, так и по всему миру.

Безопасность труда и забота о качестве продукции. Как правило, вопросы безопасности труда занимают центральное место в КСО производственных компаний. Наиболее часто встречающаяся цель — достижение нулевой смертности, а также предотвращение травм и несчастных случаев. Лидерами, добившимися наибольших успехов, считаются такие известные компании, как *Chevron* и *ExxonMobil*.

Также есть примеры, когда компания берет на себя ответственность за неэтичное поведение или за последствия, связанные с употреблением их продукции. Так, производители спортивных товаров Nike и Gap признали ответственность за использование труда детей, а компании Sagram, Diageo, как производители алкогольной продукции — за безопасность движения, связанную со злоупотреблением алкогольной продукцией [18].

Волонтерство и благотворительность. Это еще одно популярное проявление КСО в США. Многие компании поддерживают своих сотрудников, принимающих активное участие в спонсорской, благотворительной или волонтерской деятельности корпорации. Существует практика безвозмездной работы сотрудников компаний в качестве волонтеров благотворительных организаций, а также участие в различных корпоративных программах.

В качестве примера рассмотрим программу КСО на примере американской компании The Walt Disney Co.

The Walt Disney Company удалось создать чрезвычайно эффективную систему решения актуальных общественных задач, которая неразрывно связана с направлениями деятельности и целевой аудиторией.

В 2009 году компания впервые сформулировала свои цели в области охраны окружающей среды и начала отчитываться об их достижении. Это направление стало одним из ведущих в стратегии компании. Приверженность ему выражается в рациональном использовании ресурсов и реализации масштабных программ по защите планеты.

Раз в несколько лет топ-менеджмент компании оценивает степень достижения поставленных целей и формулирует новые. Сегодня среди стратегических задач — уменьшение выбросов в окружающую среду, снижение объемов производимого мусора, сокращение количества потребляемой воды, пропаганда здорового питания. Также The Walt Disney Co. реализовывает ряд других важных глобальных проектов.

Два года назад свое двадцатилетие отметил Disney Conservation Fund (DCF), целью которого является защита дикой природы и поддержка связи с ней людей. За это время компания передала 330 некоммерческим организациям более \$40 млн, оказала поддержку в защите более 400 видов животных и вдохновила миллионы семей открыть для себя новый мир.

Организаторы DCF убеждены, что первым шагом к дальнейшему увеличению заботы об окружающей среде является стимулирование детей проводить больше времени вне дома. С 2012 года благодаря данной программе Фонду удалось привлечь к природоохранным инициативам более 52 млн детей и членов из семей.

Другим стратегическим направлением социальной активности The Walt Disney Co. является прямые пожертвования некоммерческим организациям в виде финансовых средств и производимой продукции, которые в дальнейшем направляются на поддержку нуждающихся семей в разных странах. В 2016 году на эти цели компания выделила \$400 млн.

Издательское направление The Walt Disney Co. за последние четыре года подарило детям и школам более 25 млн книг. За это же время более 17 млн больных детей также почувствовали заботу компании в рамках программы поддержки здравоохранительных заведений.

Отдельное внимание уделяется пропаганде здорового образа жизни среди молодежи. Ведущие диетологи помогли The Walt Disney Co. разработать Корпоративные нормы здорового питания. С 2015 года вся пищевая продукция, рекламируемая по каналам The Walt Disney Co. в США, обязательно соответствует требованиям этого документа. В течении пяти

ближайших лет доля таких товаров, рекламируемых в других странах, должна достичь 85%.

The Walt Disney Co. стремится создать у своей многомиллионной молодой аудитории стремление к творческому мышлению. Именно такой взгляд на вещи способен создать новый мир, к которому мы стремимся, считают в компании.

Для продвижения своих проектов в области КСО The Walt Disney Co. часто использует образы своих самых популярных героев. В декабре 2015 году был организовано масштабное событие Star Wars: Building A Galaxy With Code, в котором приняли участие дети из 180 стран. Его целью было привлечение к программированию молодых специалистов и создание нового поколения технических гениев.

С помощью инициативы Marvel Studios: Hero Acts многие дети получили возможность помочь своим сверстникам в получении образовательных материалов.

Всемирную известность приобрело глобальное мероприятие Disney VoluntEARS Day, в рамках которого все сотрудники компании в выбранный день выезжают в детские дома, где обустривают территорию, делают ремонт помещений, играют с детьми и дарят им подарки. В 2016 году волонтеры потратили 543 тысячи часов на реализацию данных задач.

Активная социальная деятельность способствовала широкому признанию The Walt Disney Co. разными авторитетными организациями. Согласно данным 2019 Global RepTrak® 100, мировыми лидерами в области корпоративной репутации стали компании Rolex (1 место), LEGO Group (2 место) и The Walt Disney Company (3 место).

Крепкие позиции занимает The Walt Disney Company и как работодатель. Активное привлечение персонала к решению общественных задач и эффективная система мотивации позволили компании достичь всеобщего признания.

В большой мере этому достижению способствовала разработка прогрессивных правил организации труда — Disney's International Labor Standards (ILS), за выполнением которых постоянно следят 120 профессионалов. Поскольку компания ведет свою активность в более чем 100 странах мира, создание общей системы организации комфортных условий труда имеет ключевое значение в достижении стратегических целей.

В начале 2018 года все постоянные работники компании получили бонус в размере \$1 000. \$50 млн было инвестировано в развитие образовательной системы для персонала, работающего почасово.

Оправдан успех The Walt Disney Company и в следующем исследовании. В новом рейтинге самых почитаемых компаний мира (World's Most Admired Companies), составленном изданием Fortune, знаменитая «империя развлечений» заняла первое место в своей отрасли и шестую позицию – в глобальном списке.

Активное участие в решение актуальных социальных задач нашло отражение в результатах специализированного исследования Global CSR RepTrak® 100. Наряду с Lego, Microsoft, Google и BMW, The Walt Disney Company вошла в число мировых лидеров в области КСО.

При этом, The Walt Disney Company с 2012 по 2016 года по итогам этого исследования не занимала ниже третьей позиции.

Несмотря на невероятное мастерство в создании всеохватывающей индустрии развлечений, The Walt Disney Company не удалось бы достичь лидирующих позиций в бизнесе без осознания своей роли в обществе и понимания его нужд.

Высокая активность в решении социальных задач создает весомые преимущества в результативности бизнеса. Согласно статистике, только 11,9% потребителей склонны к покупке товаров или услуг у компании с низкими оценками КСО. Средние показатели дают поддержку 46,9% потребителей. Компанию с высокими показателями социальной ответственности поддержат 91,4% потребителей [46].

2.2 Практика корпоративной социальной ответственности в Европе

В отличие же от американской модели европейская модель КСО не является открытой и предполагает государственное регулирование. Корпоративная деятельность регулируется стандартами, нормами, законами соответствующих государств.

В странах Европейского союза наибольшее распространение получили 4 модели КСО: скандинавская, южноевропейская, континентальная и англосаксонская. В таблице 3 представлено их описание [36].

Таблица 3 – Основные модели КСО в странах ЕС

Модели	Континентальная	Скандинавская
Страны	Германия	Финляндия, Дания, Швеция
1	2	3
	<p>Устанавливает жесткую связь между уровнем социальной защиты и длительностью профессиональной деятельности.</p> <p>В основе этой модели лежит принцип актуарной справедливости, когда величина страховых выплат определяется в первую очередь величиной страховых взносов.</p> <p>В основе модели лежит социальное страхование, услуги которого финансируются в основном за счет взносов работодателей и застрахованных.</p> <p>Сегодня значительное развитие системы социальной помощи приводит к модификации этой модели и увеличению доли бюджетного финансирования социальной защиты.</p>	<p>Социальная защита является законным правом гражданина. Широкий охват различных социальных рисков и жизненных ситуаций, требующие поддержки общества.</p> <p>Государство берет на себя функцию перераспределения социальных благ от обеспеченных к социально слабым группам населения</p>

Продолжение таблицы 3

1	2	3
Модели	Южноевропейская	Англосаксонская
Страны	Испания, Греция, Италия, Португалия	Ирландия и Великобритания
	<p>Модель, не имеющая четкой организации, развивающаяся, переходная.</p> <p>Уровень социальной защищенности, характерный для данной модели, относительно низок, а задача социальной защиты рассматривается часто как забота родственников и семьи. Социальная политика носит преимущественно пассивный характер и ориентирована на компенсацию потерь в доходах отдельных категорий граждан</p>	<p>Активное участие государства в развитии КСО, которое проявляется в таких формах, как создание государственно-частных партнерств в образовательном секторе, поддержка инициатив в области КСО через софинансирование проектов, предоставление налоговых льгот, продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов международным. При премьер-министре создана должность министра по КСО. Ярко выраженная инициативность самого бизнеса в создании проектов в области КСО.</p> <p>Модель базируется на всеобщности системы социальной защиты – материальная помощь всем нуждающимся.</p>

Рассмотрим программу КСО на примере европейской компании British Petroleum.

Деятельности компании British Petroleum (BP) началась в 1908 году, когда после долгих и изнурительных поисков в Персии была обнаружена нефть. Это открытие положило основание «Англо-персидской нефтяной компании», которая позднее была преобразована в BP. Компания осуществляет деятельность в области разведки и добычи нефти и газа, поставки и сбыта нефти, производства и сбыта нефтепродуктов, сбыт-продажу природного газа, газоконденсатной жидкости и сжиженного природного газа (СПГ), транспортировку СПГ и регазификацию. Цель BP – создавать долгосрочную стоимость для акционеров, помогая удовлетворить растущие потребности мира в энергоносителях, работая безопасно и ответственно.

Компания стремится быть компанией мирового класса с высоким уровнем корпоративной гражданской ответственности, являясь при этом хорошим работодателем.

Компания осознает ответственность и готова признать и помочь решить многие задачи, касающиеся экологии, оценки экономического воздействия, взаимоотношений с местными сообществами, поставщиками, потребителями, партнерами и правительствами. Соблюдение кодекса – есть социальная ответственность.

Кодекс ВР - это публичное обязательство ВР действовать правильными методами. Кодекс содержит важную информацию, которая помогает сотрудникам и другим лицам принимать взвешенные и этичные решения. В Кодексе приведены ссылки на соответствующие требования ВР (политики, процедуры и инструкции) и источники дополнительной информации.

Рассмотрим основные пункты Кодекса ВР подробнее. ВР работает более чем в 80 странах, что может в ряде случаев привести к возникновению противоречий между требованиями Кодекса и местным законодательством, нормами или традициями. При возникновении противоречий или различий между требованиями применимого законодательства и требованиями Кодекса, сотрудники должны соблюдать более строгие стандарты, но не следовать традициям, которые противоречат Кодексу.

Требования Кодекса распространяются на всех сотрудников, руководителей и членов Совета директоров ВР. Деятельность деловых партнеров, в том числе контролируемых совместных предприятий и третьих лиц, может оказывать непосредственное влияние на репутацию ВР. По этой причине компания стремится сотрудничать с партнерами, разделяющими их приверженность принципам безопасности, этики и соблюдения правовых норм.

Компания стремится вести производственную деятельность безопасными методами, оберегая окружающую среду и уважая сообщества, с которыми они взаимодействуют. Их цели в сфере охраны труда,

промышленной и общей безопасности и охраны окружающей среды — отсутствие несчастных случаев, не нанесение вреда здоровью и ущерба окружающей среде.

Самым важным для ВР является здоровье и безопасность сотрудников и членов сообществ, с которыми они взаимодействуют, и ответственное отношение к окружающей среде. Сотрудники должны проявлять бдительность, следовать правилам и быть внимательными друг к другу. Угрозы, запугивание и насилие категорически неприемлемы.

Каждый сотрудник ВР должен вносить вклад в поддержание корпоративной культуры, основанной на взаимоуважении и справедливом отношении. Многообразие в коллективе и отсутствие дискриминации являются залогом успеха и слаженной работы команды. Любая форма притеснений абсолютно недопустима. В том числе, это касается действий, которые могут быть расценены как оскорбительные, угрожающие, дискриминационные или как сексуальные домогательства. Ко всем людям ВР проявляет справедливое, уважительное и достойное отношение.

Поставщики и деловые партнеры играют ключевую роль в обеспечении успеха бизнеса ВР и способности компании соответствовать ожиданиям стейкхолдеров. Именно по этой причине компания выбирает деловых партнеров тщательно и объективно. ВР стремится сотрудничать с партнерами, которые разделяют стремление работать безопасными методами и соблюдать нормы деловой этики и законодательство. Компания не принимает и не дарит подарки, а также не участвует в представительских мероприятиях с целью повлиять на объективность какого-либо решения или в обмен на заключение договоров, предоставление услуг или конфиденциальной информации. ВР соблюдает торговое законодательство всех стран, в которых ведет свою деятельность, в том числе экономические санкции и экспортно-импортное законодательство.

ВР стремится быть надежным партнером для сообществ, с которыми сотрудничает. Компания действует открыто, соблюдает этические нормы,

проявляет уважение к разнообразию мнений, местным культурным традициям и обычаям, участвует в жизни местных сообществ, а также стремится осуществлять свою деятельность, соблюдая права человека и уважая человеческое достоинство. ВР не приемлет никаких форм взяточничества и коррупции. Компания соблюдает все требования антикоррупционного законодательства и поддерживает международные инициативы по борьбе со взяточничеством и коррупцией. Важнейшая задача компании – обеспечить четкость, точность, последовательность и ответственность при взаимодействии с общественностью.

В соответствии с применимым законодательством ВР использует свое право и обязанность сообщать о своей позиции по ряду вопросов, представляющих интерес для компании. Как частное лицо, сотрудник вправе принимать участие в политической деятельности, в том числе осуществлять личные пожертвования в политических целях, четко разграничивая свою политическую активность и работу в компании.

ВР обязана защищать интересы акционеров, активы и ресурсы компании, а также демонстрировать честность и открытость в отношении своей деятельности и ее результатов. Компания стремится отчитываться обо всех аспектах бизнеса, включая совместные предприятия, в которых они являются операторами.

Компания выделяет значимые средства на мероприятия, такие как благотворительные и экологические акции, поддержку здравоохранения граждан, проектирование и строительство объектов социального значения, вносит вклад в развитие культуры [14].

2.3 Практика корпоративной социальной ответственности в Азии

Несмотря на то, что для большинства стран Азии программа КСО является новшеством, многие азиатские организации уже включили её в список важнейших направлений своей деятельности.

Япония стала настоящим исключением в этой области, большинство экспертов причисляют именно этой стране лидерство в области экологической ответственности.

Своеобразие реалий Азии приобрело ключевое значение в создании региональных принципов в работе устойчивого и социально ответственного бизнеса, особенно в сравнении со странами США и Европы.

Программа КСО согласно азиатским канонам нашла поддержку в лице конфуцианства, основанном на проявлении уважения к обществу, гуманности, любви к людям, уважении старших.

В рамках действия корпоративных норм внедрение программы социальной ответственности является по большей мере добровольным действием и сталкивается с определенными трудностями, что связано с иерархией системы экономических отношений Азии и преимуществом семейного контроля в управлении бизнесом, в связи с чем многим азиатским компаниям не удаётся достигнуть уровня эффективности корпоративного управления.

Модель КСО в рамках азиатских стран развивается в нескольких направлениях, которые обладают собственными приоритетами и философией.

При характеристике формирующейся азиатской модели КСО необходимо учитывать следующие обстоятельства [45]:

1. В виду экономических, культурных и лингвистических особенностей азиатского региона невозможно выделить конкретную модель КСО.

2. В настоящий момент Азия находится на стадии быстрого экономического роста. Главная забота азиатских политиков и бизнесменов является повышение уровня жизни, что отличается от интересов западных стран, где все внимание фокусируется на поддержании уже имеющегося высокого уровня жизни.

3. На примере Китая и Индии можно заметить, что азиатские страны представляют собой смесь развитой и развивающейся экономики.

4. Рост экономики азиатских стран влечет за собой увеличение политического влияния. В будущем актуально будет говорить о том, что азиатское видение корпоративной социальной ответственности внесет коррективы в мировые определения теории КСО.

5. Азиатские бизнесмены и политики менее зависимы от установленных интернациональных принципов и стандартов в вопросах социального плана, чем западные компании. Во-первых, в результате того, что стандарты не универсальны и созданы, опираясь преимущественно на западные интересы, для решения проблем западных стран. Во-вторых, это связано с желанием поставить на первое место вопросы, связанные с экономическим ростом, а также склонностью азиатов к достижению компромиссов, что отличается от западных подходов, основанных на строгом соблюдении законов.

Азиатские компании заимствовали оригинальную модель корпоративной социальной ответственности у западных транснациональных компаний. Начиная с 1990 г. американские, а затем и европейские компании начали применять ряд принципов при взаимодействии с азиатскими поставщиками и бизнес-партнерами. При ретроспективном анализе появление Кодекса корпоративной этики, сфокусированного на сотрудниках и охране окружающей среды, можно считать первой попыткой развития принципов «мягкого закона» для глобализированной экономики. Подобные попытки, по своей сути положительно-направленные, зачастую отражают западное восприятие Азии, к слову, не всегда верное. Вкупе с противоречивыми западными первоисточниками, первая концепция КСО замаскировала развитие трех разных направлений, привязанных к азиатскому мышлению.

Первый подход основан на понятии общего блага и включает практики азиатских компаний внутри своей страны. В рамках настоящего исследования, затронутая тема достаточно обширна для полного ее изучения, однако базовые предпосылки представляют собой ситуацию, когда компании могут объединять свои усилия на пересечении местных условий, общественных

ожиданий и временами склонности сильных бизнес-лидеров к установлению или демонстрации наследования общественного блага.

Второй азиатский подход к КСО представляют собой транснациональные компании, функционирующие вне территории Азии. Здесь имеется два сценария развития событий относительно развитой и развивающейся экономик. К примеру, в настоящее время наблюдаются нарастающие дебаты по поводу роли новых транснациональных компаний, реализующих свою деятельность на развивающихся рынках, например, китайские компании в Африке. Эти компании одновременно похожи и отличаются от западных, которые были на этом рынке до них и реализовывали модель КСО, сложившуюся в их стране.

Опираясь на ключевые ориентиры китайской иностранной политики, китайские компании в Африке исходят из принципа невмешательства в местный государственный суверенитет. Этот подход берет начало из различных культурных определений участия в общественной жизни, таких как иностранное вмешательство в дела Китая в прошлом. Иногда конфликт ценностей очевиден, как это было на последнем Международном экономическом форуме в Даляне, где Томас Фридман, журналист из Нью-Йорк Таймс, и заместитель генерального секретаря ООН по экономическим и социальным вопросам Ша Цзуканне разошлись во мнениях по вопросу, должны ли китайские компании, и если должны, то как, вмешиваться в ситуацию с массовыми убийствами в Судане, регион Дарфур [41].

Китайская политика невмешательства, однако, иногда сталкивается с беспорядочной местной реальностью. Китайские нефтяные компании в богатой внутренними распрями Нигерии, к примеру, столкнулись с угрозой нарушения системы безопасности, которая является обычным явлением для таких компаний как Шелл и Шеврон, функционирующих в Нигерии десятилетиями. Потребность в безопасности толкает азиатские нефтяные компании к участию в инициативах, до настоящего момента основанных на

западных интересах, таких как «Добровольные принципы по безопасности и правам человека», чтобы защитить своих сотрудников.

Потребителей беспокоит, что большая волна китайских, индийских и других азиатских компаний, которые не только входят, но и иногда лидируют на западных рынках, будут вести свой бизнес в рамках такой политики поведения, которая резонирует с приоритетами потребителей, отличающихся от приоритетов потребителей их родных рынков.

С увеличением присутствия азиатских компаний на территории США и Европы, у азиатских представителей бизнеса появляется возможность зарекомендовать себя порядочными работодателями и продемонстрировать развитую корпоративную социальную ответственность.

При сравнении восточной и западной модели КСО можно сделать вывод, что на Востоке большее внимание уделяется долгосрочному развитию, коллективу и значению человека внутри него [41].

Рассмотрим программу КСО на примере японской компании «Тойота Мотор Корпорэйшн».

Основное направление деятельности компании Toyota Motors Corporation — производство и продажа пассажирских и грузовых автомобилей, а также автобусов под брендами Toyota, Lexus, Scion, Daihatsu, Hino.

Компания в полной мере осознает свою ответственность перед обществом и стремится осуществлять свою производственную деятельность в строгом соответствии с требованиями законодательства в сфере экологии и природопользования.

На практике это означает, что все сотрудники организации стремятся оптимизировать ресурсы для своего труда: экономично использовать воду и электроэнергию, бумагу, использовать современные технологии.

В компании уделяется большое внимание профессиональному развитию сотрудников. Внутри компании разрабатываются и проводят на

регулярной основе программы обучения и повышения квалификации, различные тренинги.

Toyota привлекает сотрудников к организации и проведению социальных акций, природоохранных мероприятий и другим проектам. Ведет благотворительную и спонсорскую деятельность как самостоятельно, так и в партнерстве с государственными, общественными и прочими организациями.

В рамках реализуемой политики социальной ответственности Toyota оказывает содействие развитию культуры, спорта и образования.

Особое внимание компания уделяет программам, связанным с безопасностью на автомобильных дорогах. Например, ведет пропаганду использования ремней безопасности, которые, по мнению экспертов, спасли огромное количество жизней автомобилистов и пассажиров в аварийных ситуациях.

«Руководящие принципы» компании «Тойота Мотор Корпорэйшн» – документ, определяющий правила, которые обязаны соблюдать не только компания, но и все ее дочерние предприятия. Документ содержит важную информацию, которая помогает сотрудникам и другим лицам принимать взвешенные и этичные решения.

Руководящие принципы компании «Тойота Мотор Корпорэйшн» представлены на рисунке 4.

Чтить букву и дух закона каждой страны, вести дела открыто и честно для того, чтобы быть достойным корпоративным гражданином мира.

Уважать культуру и традиции всех наций и способствовать своей деятельностью экономическому и социальному развитию общества.

Направлять усилия на производство экологически чистых и безопасных товаров, на повышение качества жизни во всём мире.

Разрабатывать и развивать передовые технологии и предлагать товары и услуги высочайшего качества.

Развивать корпоративную культуру, которая стимулирует личное и коллективное творчество и способствует взаимному доверию и уважению между рядовыми сотрудниками и руководством.

Стремиться к росту в гармонии с мировым сообществом при помощи новаторских методов управления.

Сотрудничать с деловыми партнерами в области исследований и разработок с целью стабильного долгосрочного роста, и взаимной выгоды, оставаясь в то же время открытыми для новых контактов.

Рисунок 4 - Руководящие компании «Тойота Мотор Корпорэйшн»

В таблице 4 представлены основные принципы в отношении стейкхолдеров компании, а именно - потребителей, общества, сотрудников и деловых партнеров.

Таблица 4 – Основные принципы в отношении стейкхолдеров

Потребители	Разработка и предложение инновационных и безопасных товаров, которые отвечают широкому спектру требований потребителя; Максимум усилий для защиты персональной информации потребителей
Общество	Защита окружающей среды основывается на разработке и внедрении технологий, благодаря которым возможно сосуществование экономики и экологии; Сотрудничество с широким кругом лиц и организаций, работающих в области защиты окружающей среды; Почитание традиций, истории и законов каждой страны; Постоянный поиск более безопасных и чистых технологий для разработки товаров; Честные и законные отношения с правительственными учреждениями и государственными органами; Активное участие в благотворительной деятельности
Сотрудники	Успех компании зависит от коллективного творческого вклада каждого сотрудника; Равные возможности трудоустройства; Обеспечение безопасных и достойных условий труда; Недопущение принудительного или детского труда; Отношения на доверии и взаимной ответственности; Развитие корпоративной культуры и распространение морально-этических норм
Деловые партнеры	Взаимное доверие, основанное на долгосрочном сотрудничестве; Недопущение дискриминации при выборе новых партнеров; Свободная и честная конкуренция

Взаимодействие автомобиля с окружающей средой происходит на всем протяжении его жизненного цикла: начиная с разработки концепции и проектирования, и заканчивая эксплуатацией и утилизацией автомобиля, утратившего потребительские свойства.

Двигатель и другие узлы автомобиля влияют на окружающую среду, являются источниками выбросов в атмосферу, при этом оказывая негативное влияние на состав воздуха. В глобальном смысле это приводит к изменению экосистемы и общего климата на планете. Важнейший вопрос – как свести к минимуму это влияние?

Минимизация негативного влияния на окружающую среду – одна из основных задач Тойота. Создание автомобилей с возможностью стопроцентной утилизации, безвредных для окружающей среды — приоритетная задача для Тойота в ближайшие годы.

Существует мнение, что крупным компаниям сложно сочетать заботу об окружающей среде и экономический и промышленный рост. В классическом понимании этого вопроса подразумевается, что компания может выбрать лишь одну из этих стратегий. Сочетание подходов считается невозможным. Тойота стремится достигать недостижимого [30].

Учитывая тот факт, что в Китае и Японии разный подход к КСО, рассмотрим политику КСО на примере китайской компании Huawei.

Huawei является одной из крупнейших мировых компаний в сфере телекоммуникаций. Компания заявляет себя социально-ответственной и выделяет несколько ключевых направлений: преодоление цифрового разрыва, поддержка стабильности и безопасности сети, а также защиты конфиденциальности, создание здоровой экосистемы и содействие охране окружающей среды.

Компания стремится обеспечить цифровыми услугами каждого человека, дом или организацию. Более того, компания разработала эффективные механизмы реагирования на чрезвычайные ситуации, которые позволяют оперативно восстанавливать и обеспечивать бесперебойную связь, что гарантирует клиентам стабильность услуг связи в любой ситуации.

Компания непрерывно изучает инновационные способы максимизации эффективности использования энергии и продуктов, чтобы содействовать охране окружающей среды. А также, компания устанавливает станции утилизации в разных странах по всему миру для обработки неработающей электронной продукции.

Не менее важной стратегией для компании является создание здоровой экосистемы и большое внимание уделяет здоровью и личному развитию своего персонала [31].

2.4 Практика корпоративной социальной ответственности в России

Как уже было отмечено ранее, российская модель КСО находится в стадии становления. Однако в последнее время интерес к данной проблеме значительно вырос.

Процесс создания модели корпоративной социальной ответственности бизнеса в России происходит без участия государства. На данный момент в России не реализуются какие-либо программы государства, нацеленные на поддержание и мотивацию развития системы корпоративной социальной ответственности компаний.

Однако желание существовать в эффективном взаимодействии с западными организациями и успешной реализации деятельности в условиях мировой экономики создает перед российскими компаниями необходимость развития данного направления. Поэтому вполне объяснимо, что идея создания Российской модели корпоративной социальной ответственности принадлежит крупнейшим компаниям России.

Главные критерии оценки социальной ответственности организаций, действующих на территории России, со стороны потребителей основаны на уровне качества производимой ими продукции и добросовестное отношение к информированию населения о возможном вредном воздействии продукта.

Однако, в настоящее время сведения российских компаний о качестве составляющих элементов, производимых продукции и услуг, которые должны быть представлены в Отчетах о корпоративной социальной ответственности, зачастую, отсутствуют, а заявленная информация о высоком качестве их продукции или услуг не всегда соответствует фактическим показателям.

Российская модель КСО отличается следующими признаками:

- в процессе создания структуры КСО не задействованы государство и общество;

– главное направление деятельности организаций в сфере КСО - благотворительная деятельность; в то время, как потребности общества и государства в современных реалиях практически не принимаются во внимание со стороны компаний в процессе осуществления программы мероприятий КСО [11].

Проведем сравнительный анализ принципов КСО разных стран, результаты которого представлены в таблице 5, где значения оценки факторов имеют обозначения: +++ - очень типично; ++ - типично; + - встречается, – - не встречается.

Таблица 5 - Сравнительный анализ принципов КСО разных стран

	Россия	США	Европа	Азия
Внешняя КСО	++	+++	+	+
Внутренняя КСО	++	+++	++	++
Стратегическая КСО	+	++	+++	-
Самоиницирование	++	++	-	+
Действующий этический кодекс	++	++	++	++
Наличие специалистов и подразделений КСО	-	++	++	-
Ориентация на стейкхолдеров	+	+++	+++	++
Реагирующая КСО	++	+++	+++	+
Влияние государства	+	+	+++	++
Влияние общественности	-	++	++	++

Как можно заметить из таблицы 5, для российской модели типично самоиницирование. Это связано с тем, что государство не участвует в продвижении концепции социальной ответственности. Мероприятия внешней корпоративной социальной ответственности также типичны для российской модели, т.к. внешние стимулы и общественное признание является движущей силой КСО для России. Многие российские компании ориентированы на создание достойных и безопасных условий труда работникам для того чтобы укрепить корпоративную культуру и повысить лояльность сотрудников.

Необходимо отметить, что для России типична реагирующая КСО как средство смягчение вредных последствий деятельности компаний и редко встречается стратегическая КСО. Это обусловлено отсутствием стратегического видения в области устойчивого социального развития.

Рассмотрим принципы корпоративной социальной ответственности ПАО «НК «Роснефть». Компания стремится достичь не только высоких производственных и финансовых показателей, но и внести вклад в развитие и процветание страны, в улучшение качества и условий жизни ее граждан. Политика в области устойчивого развития компании реализуется с 2009 года. Задачи, которые стоят перед компанией и способствуют вкладу в устойчивое развитие общества следующие:

- 1) повышение экономической эффективности;
- 2) обеспечение стабильности в трудовых коллективах и развитие персонала;
- 3) поддержание высокого уровня безопасности деятельности работников, населения, контрагентов и окружающей среды;
- 4) участие в социально-экономическом развитии регионов.

На сегодняшний день, компания занимает лидирующие позиции в области разработки и внедрения инновационных технологий. Активное инновационное развитие выражается в постоянном усовершенствовании технологий и модернизации оборудования, адаптации и использовании передового мирового опыта, повышении качества управления и контроля над бизнес-процессами, а также в непрерывном повышении компетенции специалистов. Основные направления инновационного развития сформулированы в Программе инновационного развития компании на 2016-2020 гг. с перспективой до 2030 года.

Успешное существование любой организации во многом характеризуется тем, как ощущают себя её сотрудники. С этой целью компания обращает своё внимание на создание и поддержание положительного психологического климата и условий реализации

возможностей каждого сотрудника. В 2015 году в компании был введен Кодекс деловой и корпоративной этики. Он представляет собой свод определенных норм поведения сотрудников, корпоративных ценностей и ориентиров компании.

Поддержание единых для всех правил поведения оказывает положительное влияние на создание команды специалистов, в основу которой будут заложены общие цели, нормы поведения и традиции, а также способствует обеспечению взаимопонимания как внутри организации, так и в отношениях с деловыми партнёрами, клиентами.

С целью выявления путей развития корпоративной культуры и структуры внутренних взаимосвязей Компания постоянно реализует социологические исследования, что позволяет проанализировать уровень осведомленности и удовлетворённости сотрудников программами кадрового и социального развития, определить области существующих и возможных рисков, сформулировать рекомендации дальнейшего расширения кадровой и социальной политик.

Ежегодно для персонала в компании в несколько этапов проходят три крупных мероприятия: конкурс профессионального мастерства «Лучший по профессии», Спартакиада (летняя и зимняя), творческий фестиваль «Роснефть зажигает звезды».

Основу трудового актива организации представляют высококвалифицированные сотрудники, нацеленные на эффективное выполнение своих обязанностей в непростых условиях реальности. Одним из важнейших аспектов социальной политики НК «Роснефть» является комплексная поддержка образования. Компания обеспечивает себе внешний кадровый резерв из выпускников вузов, развивая материально-техническую базу профильных образовательных учреждений – партнеров компании. Активная работа с молодыми специалистами является одним из важнейших приоритетов кадровой политики НК «Роснефть». Профессиональный, высококвалифицированный персонал, мотивированный на эффективную

работу – один из ценнейших активов «Роснефти» и залог ее будущего развития. Компания предоставляет равные возможности своим сотрудникам для непрерывного совершенствования их навыков и способностей. Достойная оплата труда сотрудников – основа системы управления персоналом компании. Как и в предыдущие годы, заработная плата в дочерних обществах компании, как правило, выше среднего уровня зарплаты в регионе присутствия.

Основные программы корпоративно-социального развития нацелены на обеспечение и развитие здорового образа жизни, повышение уровня жилищных условий и качества жизни работников и их семей, оказание материальной помощи ветеранам и пенсионерам. В 2015 году компания определила единые требования и ввела в действие методические указания - «Организация питания работников нефтегазодобывающих Обществ Группы, работающих вахтовым методом, и работников нефтегазоперерабатывающих Обществ группы». В этих указаниях учитывались особенности регионов и климата, регламентировались правила устройства и содержания помещений для питания; транспортировки и хранения продуктов; требования к качеству готовых блюд и критерии его оценки.

Особое внимание компания оказывает мероприятиям, направленным на охрану здоровья и оказание услуг личного страхования сотрудников, и как результат, улучшение работоспособности, уровня качества жизни персонала, популяризацию здорового образа жизни и профилактику заболеваемости. В рамках компании принято, что наиболее действенным методом профилактики заболеваний и обеспечения уровня профессиональной пригодности персонала является лечение в санаторно-курортных условиях и оздоровление сотрудников, а также членов их семей. Для привлечения и удержания перспективных, квалифицированных работников и специалистов дефицитных специальностей в компании были разработаны программы по обеспечению жилья работников, которые реализуются с 2005 года.

Успешная реализация корпоративной пенсионной программы позволяет дополнительно к государственной формировать будущую пенсию за счет средств работодателя, а также за счет собственных средств работника путем заключения индивидуального пенсионного договора с НПФ «НЕФТЕГАРАНТ». НПФ «НЕФТЕГАРАНТ» учрежден ПАО «НК «Роснефть» в мае 2000г. в целях социальной защиты работников Компании, выходящих на пенсию.

На сегодняшний день ПАО «НК «Роснефть» представляет собой одну из главных топливно- энергетических компаний, действующих на территории России. Руководство компании осознаёт социальную, экологическую и экономическую ответственность организации, непосредственно связанную со спецификой её основной производственной деятельности.

В сфере промышленной безопасности, охраны труда и защиты окружающей среды компания действует в рамках установленных норм законодательства и международного права.

С целью формирования безопасной среды для сотрудников и минимизации рисков возникновения аварийных ситуаций компания внедряет современные технологии и методы производства.

Для поддержания безаварийной производственной среды, безопасных условий труда для персонала и обеспечения здоровья населения, проживающего в районах непосредственного производственной деятельности организации, была регламентирована Политика в сфере промышленной безопасности и охраны труда, а также Политика в области охраны окружающей среды.

Компания строит свои взаимоотношения с заинтересованными сторонами и органами государственной власти в регионах присутствия на основе принципа социальной ответственности бизнеса. Публикация отчетов об устойчивом развитии НК «Роснефть» представляют сводную информацию, отражающую социальные и природоохранные аспекты деятельности НК

«Роснефть», существенные для самой компании, ее акционеров, сотрудников и других заинтересованных сторон.

НК «Роснефть» придерживается системного подхода к решению социальных вопросов и управлению социальными инвестициями, способствуя снижению социальных рисков, обеспечению долгосрочных плодотворных отношений с регионами присутствия и укреплению имиджа социально ответственной Компании. А также, компания не допускает никаких форм противозаконного ведения бизнеса, взяточничества, коррупции, мошенничества или отмывания денег. При исполнении должностных обязанностей сотрудники руководствуются исключительно интересами компании [29].

3 Анализ деятельности ООО «Газпром трансгаз Томск» в области корпоративной социальной ответственности

3.1 Особенности корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли

Первые попытки внедрения практик корпоративной социальной ответственности были предприняты именно в нефтегазовом секторе. В настоящее время, нефтяные компании все больше начинают уделять внимание влиянию, которое оказывается на окружающую среду и общество, чем в прошлом. Предпосылками такого явления стало ведение социальной отчетности и активно развивающееся создание и внедрение кодексов поведения. Помимо этого, нефтяные компании создали, обеспечили финансовыми ресурсами и внедрили достаточно большое количество схем, направленных на развитие регионов, в которых они осуществляют свою деятельность. Сегодня нефтегазовые предприятия занимаются постройкой больниц и школ, оказывают помощь в развитии программ трудоустройства молодежи в развивающихся странах и создают фонды микрофинансирования коренного населения [3].

Проведем сравнительный анализ политики КСО в нефтегазовой отрасли компаний ООО «Газпром трансгаз Томск», ПАО «НК «Роснефть» и АО «Томскнефть» ВНК с целью выявления отличий. Сравнительный анализ представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Сравнительный анализ политик КСО в нефтегазовой отрасли

	ООО «Газпром трансгаз Томск»	ПАО «НК «Роснефть»	АО «Томскнефть» ВНК
1	2	3	4
Оптимальные условия труда	+	+	+
Охрана здоровья	+	+	+
Жилищная программа	+	+	+
Пенсионное обеспечение	+	+	+

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4
Наличие коллективного договора	+	+	+
Обеспечение повышения квалификации	+	+	+
Корпоративная культура	+	+	+
Охрана окружающей среды	+	+	+
Промышленная безопасность	+	+	+
Социальные проекты	+	+	+

Как можно заметить из таблицы 6, политика КСО в нефтегазовой отрасли имеет одинаковые направления. Такое сходство может быть обусловлено тем, что одни компании повторяют действия других. Также политика КСО становится общепринятой в нефтегазовой отрасли под воздействием влияния социальных и экологических проблем.

Нефтегазовые компании, осуществляя свою деятельность, на всех этапах процесса поставки продукта оказывают негативное влияние на окружающую среду – разведка, добыча, переработка и транспортировка:

При прокладке нефте- и газопроводов возникают риски таяния многолетнемерзлых пород и попадания в атмосферу значительного количества метана, который при таянии многолетнемерзлых пород попадает в атмосферу и вызывает парниковый эффект.

Наибольшее негативное влияние оказывают объекты нефтегазового комплекса, в частности объекты геолого-поискового комплекса. К одному из главных источников загрязнения при проведении данного вида работ относятся буровые сточные воды, отработанные буровые растворы и буровые шламы.

В составе буровых сточных вод содержатся нефть и нефтепродукты, растворимые минеральные соли. Их количество и соотношения варьируют в значительных пределах и зависят от наличия очистных сооружений, таких как

объекты очистки буровых растворов, и применяемой системы водопотребления. Отработанные буровые растворы, кроме состава применяемых при бурении реагентов, зависят от состава разбуриваемых пород. Сильная загрязненность этих отходов, наличие большого количества растворенных токсичных солей вызывает негативное их воздействие на окружающую среду, особенно при их попадании на поверхность почвы или в водопроницающие подпочвенные участки грунтов, в объеме которых эти отработанные буровые растворы могут мигрировать на значительные расстояния.

Особенность буровых шламов заключается в том, что они обогащены обломками разбуриваемых пород со значительной примесью остатков бурового раствора. Некоторые компоненты разбуриваемых пород адсорбируют на своей поверхности реагенты буровых растворов в значительной степени.

При необходимости ликвидации шламовых амбаров и в условиях значительной удаленности от населенных пунктов, у некоторых недобросовестных работников возникает искушение сжечь нефтепродукты, попавшие в шламовый амбар, приведя тем самым, с одной стороны, к очистке территории шламового амбара от нефтепродуктов, с другой – к очень негативному воздействию на почву, гидросферу и атмосферу в районе такого противоправного действия.

Таким образом, нефтяная и газовая отрасли имеют огромное количество потенциальных источников загрязнения окружающей среды, которые присутствуют на любом участке производственной цепи от нефтяных скважин до резервуаров нефтеперекачивающей станции, от газовых скважин до компрессорных станций.

Большие экологические проблемы возникают при строительстве нефте- и газопроводов, строительство которых в последние годы усилилось. Эти объекты требуют для строительства отведения значительных территорий, часто заселенных, возведения сложных технологических объектов при

пересечении рек, возведения многочисленных технических объектов по обслуживанию этих продуктопроводов [15].

Ежегодно проводится экологический рейтинг нефтегазовых компаний. Каждый новый рейтинг показывает актуальные тренды в экологической ответственности компаний, что свидетельствует о качестве менеджмента компаний. Экологический рейтинг состоит из трех разделов:

- 1) экологический менеджмент - предполагает оценку качества управления охраной окружающей среды в компаниях);
- 2) воздействие на окружающую среду - отражает степень ущерба природным средам (водным ресурсам, земле, воздуху);
- 3) раскрытие информации – отражает степень готовности компаний раскрывать информацию о воздействии на окружающую среду в ходе производственной деятельности.

На рисунке 5 представлен экологический рейтинг нефтегазовых компаний за 2018 год.

Итоговое место	Компания	Итоговый балл рейтинга	Место по итогам рейтинга в 2017 г.
1	Сахалин Энерджи (Сахалин-2)	1,7225	1
2	Зарубежнефть	1,7003	▲ 5
3	Эксон НЛ (Сахалин-1)	1,6709	▼ 2
4	ЛУКОЙЛ	1,6496	▲ 8
5	Сургутнефтегаз	1,6370	▼ 3
6	Газпром	1,5475	6
7	Роснефть	1,5046	▲ 10
8	Салым Петролеум	1,5013	▼ 4
9	Газпром нефть	1,4722	▼ 7
10	КТК	1,3333	▲ 11
11	Татнефть	1,0795	▲ 14
12	Иркутская НК	0,9524	▼ 9
13	НОВАТЭК	0,9259	▼ 12
14	Транснефть	0,6825	▼ 13
15	Новый Поток	0,3540	▲ 18-19
16	Дулисьма	0,2694	▲ 20-21
17	Томскнефть ВНК	0,2370	17
18	Арктикгаз	0,1953	▲ 20-21
19	Славнефть	0,1843	▼ 15

Рисунок 5 – Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний в 2018 г.

Как можно заметить, исходя из рисунка 5, в пятерку лидеров попали такие нефтегазовые компании, как «Сахалин Энерджи (Сахалин-2)», «Зарубежнефть», «Эксон НЛ (Сахалин-1)», ПАО «ЛУКОЙЛ», ПАО «Сургутнефтегаз». Компания «Сахалин Энерджи» заняла лидирующие позиции во всех разделах: воздействие на окружающую среду, раскрытие информации и экологический менеджмент. «Зарубежнефть» поднялся с пятой строчки на вторую, а «Эксон НЛ» опустился со второй строчки на третью [34].

В первую очередь, особенности корпоративной социальной ответственности в нефтегазовой отрасли обусловлены деятельностью в

удаленных регионах, большим количеством градообразующих предприятий, а также масштабом использования трудовых и природных ресурсов.

Корпоративная социальная ответственность нефтегазовой отрасли в России имеет немного другие приоритеты, нежели за рубежом. Это связано с тем, что отличается их законодательство, роль гражданского общества и условия среды существования предприятий в целом.

Модель корпоративной социальной ответственности нефтегазового комплекса в силу особенностей своей деятельности отличается от типичной российской модели. Мы провели анализ, результаты которого представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Анализ принципов КСО российской модели и особенностей нефтегазового комплекса

	Россия	Особенности НГК
Внешняя КСО	++	++
Внутренняя КСО	++	+++
Стратегическая КСО	+	++
Самоиницирование	++	+++
Действующий этический кодекс	++	+++
Наличие специалистов и подразделений КСО	-	-
Ориентация на стейкхолдеров	+	++
Реагирующая КСО	++	++
Влияние государства	+	++
Влияние общественности	-	++

Как можно заметить из таблицы 7, большинство российских компаний еще не пришли к тому, чтобы управлять корпоративной социальной ответственностью на стратегическом уровне, однако, в нефтегазовом секторе есть тенденция к регламентированию принципов экологической деятельности, для соблюдения которых разрабатываются программы в области охраны окружающей среды. Это также касается политики промышленной безопасности и охраны труда. Стоит отметить, что в нефтегазовом секторе большее внимание уделяется мероприятиям внутренней социальной

ответственности. Также, для нефтяных компаний очень важно поддерживать имидж и быть «прозрачными» для общественности.

Таким образом, основными вопросами для российских компаний в области экологии являются соответствие нормам законодательства, внедрение системы экологического менеджмента и рекультивация нарушенных земель, а также достаточно много внимания уделяется проблемам промышленной безопасности и охраны труда, привлечения и стимулирования квалифицированного персонала, взаимодействия с местными сообществами [15].

3.2 Исследование системы управления корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск»

ООО «Газпром трансгаз Томск» (до 2008 г. — ООО «Томсктрансгаз») — дочерняя компания ПАО «Газпром», расположена в Томске. С 2012 года по решению ОАО «Газпром» генеральным директором ООО «Газпром трансгаз Томск» был назначен Анатолий Титов.

В сферу деятельности ООО «Газпром трансгаз Томск» входит эксплуатация более 9500 километров магистральных газопроводов (МГ), 9 компрессорных (КС) и одной насосно-компрессорной станции (НКС), 128 газораспределительных станций (ГРС). Основным продуктом ООО «Газпром трансгаз Томск» является товарный газ, транспортируемый потребителям.

Миссия «Газпрома» - максимально эффективное и сбалансированное газоснабжение потребителей Российской Федерации, выполнение с высокой степенью надежности долгосрочных контрактов по экспорту газа.

На сегодняшний день «Газпром трансгаз Томск» — это одно из самых быстро развивающихся дочерних обществ «Газпрома». Если в 2003 году предприятие эксплуатировало газотранспортную систему протяженностью 4,5

тыс. км, то по итогам 2012 года протяженность эксплуатируемой трассы составила уже более 9000 километров.

Компания дважды становилась обладателем звания «Организация высокой социальной эффективности» на конкурсе, проводимом Правительством Российской Федерации.

ООО «Газпром трансгаз Томск» — многократный победитель конкурса администрации Томской области «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнёрства».

Предприятие сертифицировано по международным стандартам ISO 9001 и ISO-14001 как в области качества, так и экологии; в системе менеджмента охраны труда и промышленной безопасности — по стандартам OHSAS 18001.

Компания дважды удостоена диплома Лидера природоохранной деятельности России и Национальной экологической премии им. Вернадского.

ООО «Газпром трансгаз Томск» — 100-процентное дочернее предприятие ПАО «Газпром», обеспечивающее поставки газа потребителям в 14 регионах Сибири и Дальнего Востока.

В составе Общества 25 филиалов, в том числе 19 линейных производственных управлений магистральных газопроводов (ЛПУМГ) и 1 линейное производственное управление магистральных трубопроводов (ЛПУМТ) [27]. Производственная структура и организационная структура предприятия представлена на рисунках 6 и 7.



Рисунок 6 - Производственная структура предприятия

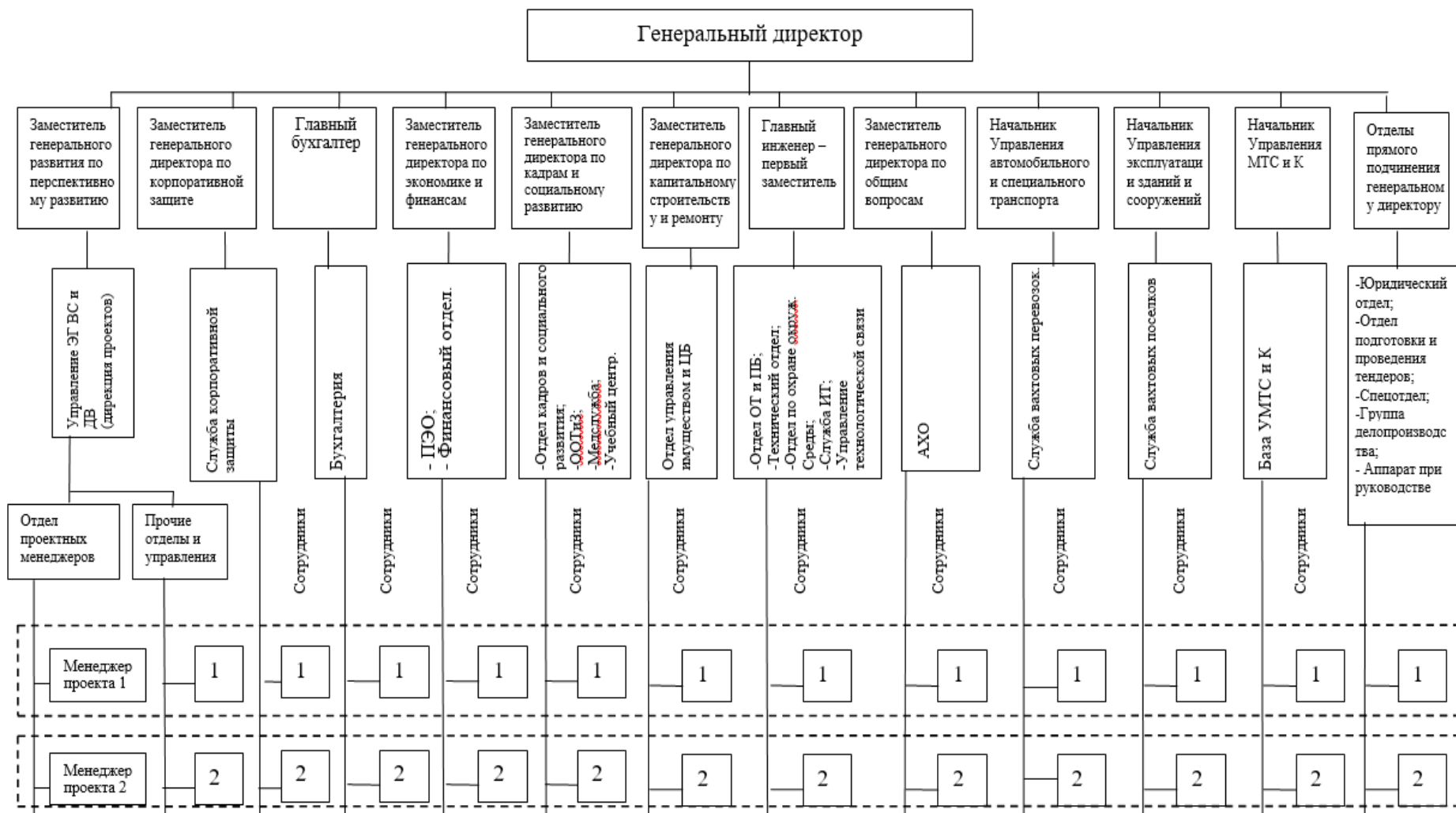


Рисунок 7 – Организационная структура предприятия

«Газпром трансгаз Томск» ежегодно поддерживает различные общественные проекты, тем самым оказывает помощь в развитии науки, культуры, образования, пропаганде здорового образа жизни.

Рассмотрим подробнее внутреннюю и внешнюю социальную ответственность Общества.

Говоря о внешней социальной ответственности, то особое внимание Общество уделяет охране окружающей среды. «Газпром трансгаз Томск» осуществляет производственную деятельность на основании законодательных требований с учетом международных требований системы экологического менеджмента. Более того, в Обществе разработана и утверждена политика ИСМ (интегрированной системы менеджмента) ООО «Газпром трансгаз Томск» в области качества, охраны окружающей среды, энергоэффективности и энергосбережения, охраны труда, промышленной и пожарной безопасности, включающая обязательства по постоянному улучшению и предупреждению негативного воздействия, энергосбережению и рациональному использованию природных ресурсов: проводятся реконструкция очистных сооружений и техническое перевооружение станций водоподготовки, используется бестраншейный способ строительства переходов через водные преграды, проводится обучение сотрудников в области экологии.

Общество ежегодно активно осуществляет благотворительную деятельность, а именно помогает детским образовательным, культурным, спортивным организациям, людям старшего поколения, ветеранам, инвалидам, содействует развитию научно-технического прогресса. Например, за счет средств предприятия были оснащены новыми пищеблоками все дошкольные и школьные учреждения Каргасокского и Парабельского района, установлены детские площадки, отремонтированы спортзалы. Также ежегодно сотрудники Общества устраивают новогоднее представление для детей-инвалидов и детей-сирот.

Однако, несмотря на колоссальный вклад в проекты социальной поддержки, стоит отметить, что большее внимание Общество уделяет

внутренней социальной ответственности. Рассмотрим программы внутренней КСО подробнее.

Единый фирменный стиль компаний Группы «Газпром» разработан в рамках реализации программы по укреплению и продвижению бренда ПАО «Газпром» в России и за рубежом. Единый фирменный стиль, включающий изображение фирменного знака и логотипа Дочернего общества, применяется при любом использовании фирменной символики Общества, в том числе:

- при оформлении деловой документации;
- при включении в элементы экстерьерного и интерьерного дизайна пространства;
- при создании представительской, сувенирной продукции;
- в рекламных и информационных носителях;
- при разработке web-сайта Общества;
- при формировании дизайна спецодежды;
- при оформлении корпоративного транспорта Общества;
- при проектировании, строительстве, реконструкции производственных и административных объектов;
- при нанесении на технологические объекты и т.д.

Четкая формулировка корпоративной миссии и цели предприятия, а также наличие корпоративной индивидуальности и идентичности являются необходимыми элементами имиджа организации.

Немаловажную роль в обеспечении позитивного имиджа предприятия ООО «Газпром трансгаз Томск» играет такое понятие как «имидж отрасли». Ведь без представления об имидже отрасли, в которой действует предприятие, имидж самого предприятия будет в лучшем случае неполным, а в худшем случае ошибочным. Отрасли могут иметь сильно различающиеся репутации. Что касается газо - и нефтедобывающей промышленности, то она имеет уже устоявшийся надежный имидж.

Общество считает ключевым приоритетом успешного функционирования бизнеса персонал и постоянно работает над улучшением подготовки и адаптации кадров. Для привлечения новых сотрудников развиваются долгосрочные отношения с образовательными учреждениями: «Газпром трансгаз Томск» предоставляет возможность целевого обучения, а также принимает на производственную практику студентов. Принимая студентов на практику, предприятие заботится о том, чтоб студенты были прикреплены к опытным наставникам, которые могли бы передать свой опыт и знания в той или иной области.

Социальная политика осуществляется путем предоставления льгот, гарантий и компенсаций, медицинского обслуживания, санаторно-курортного лечения, различных видов личного страхования и дополнительного пенсионного обеспечения. А также, Общество соблюдает законодательство в области охраны труда, промышленной и пожарной безопасности и формирует ответственность у работников к вопросам безопасности на рабочем месте.

В Обществе функционирует Система непрерывного фирменного профессионального образования персонала. Повышение квалификации сотрудников проводятся как в учебных центрах, так и дистанционно на портале. Электронные курсы направлены не только на профессиональную деятельность, но и на развитие личных качеств.

В Обществе очень интересная и насыщенная корпоративная жизнь. К примеру, ежегодно проводится Спартакиада молодых работников, в ходе которой каждую неделю проводятся соревнования среди филиалов Общества, что помогает развивать корпоративную культуру. Работа по повышению заинтересованности сотрудников в жизни компании помогает стимулировать их активность и усилить ощущение собственной значимости.

Обществом предусмотрен коллективный договор, который предусматривает материальную помощь, льготы и компенсации не только работникам, но и членам их семей. А также действующая система оплаты труда предусматривает не только должностной оклад, но и ежемесячное

премирование по результатам производственной работы, доплаты и надбавки, вознаграждение по итогам работы за год. Стоит отметить, что каждый год в Газпроме проводится индексация заработной платы с учетом роста цен.

Коллективный договор – соглашение, которое устанавливает дополнительные гарантии для работников и ответные обязательства с их стороны по отношению к администрации. Его юридическое значение заключается в том, что он представляет собой важный источник права, устанавливаемый не законом, а заинтересованными сторонами трудовых отношений. В него можно вносить коррективы путем достижений договоренности в решении различных профессиональных, социальных и производственных вопросов.

Коллективный договор имеет ряд функций, таких как: защитная (защита интересов работников); оптимизирующая (упрощение трудовых договоров, оптимизация расчетов затрат на оплату труда); регулирующая (регулирует трудовые отношения, разрешает возникающие вопросы); нормативно-регулирующая (свод правил и норм организации); интегративная (объединение коллектива); коммуникативная (расширение информационного обмена).

Сторонами коллективного договора являются:

- работодатель (руководитель организации или другое полномочное лицо в соответствии с уставом организации);
- работники (в лице их представителей).

Ежегодно на общем собрании трудового коллектива стороны отчитываются о выполнении коллективного договора. Невыполнение условий договора трудовым коллективом и профкомом несет за собой только морально-политическую ответственность, а невыполнение условий работодателем и должностными лицами его администрации несет за собой правовую ответственность вплоть до того, что руководитель освобождается от должности по требованию профсоюзного органа не ниже районного (в соответствии со ст. 37 Кодекса законов о труде РФ) [43].

Структура коллективного договора представлена на рисунке 8.

Формы, системы и размеры оплаты труда	Выплата пособий и компенсаций	Механизм регулирования оплаты труда с учетом роста цен, уровня инфляции, выполнения показателей, определенных коллективным договором	Занятость, переобучение, условия высвобождения работников
Рабочее время и время отдыха, включая вопросы предоставления и продолжительности отпусков	Улучшение условий и охраны труда работников, в том числе женщин и молодежи	Соблюдение интересов работников при приватизации государственного и муниципального имущества	Экологическая безопасность и охрана здоровья работников на производстве
Гарантии и льготы работникам, совмещающим работу с обучением	Оздоровление и отдых работников и членов их семей	Частичная или полная оплата питания работников	Контроль за выполнением коллективного договора, порядок внесения в него изменений и дополнений
	Отказ от забастовок при выполнении соответствующих условий коллективного договора	Другие вопросы, определенные сторонами	

Рисунок 8 - Обязательства работников и работодателя

«Газпром трансгаз Томск» реализует корпоративную программу жилищного обеспечения, основанная на механизме ипотечного кредитования, позволяющая привлекать и удерживать молодых и ключевых работников.

Корпоративное пенсионное обеспечение работников — одно из приоритетных направлений социальной политики Группы Газпром. Пенсионная программа Газпрома направлена на повышение уровня пенсионного обеспечения работников после окончания ими трудовой деятельности. Негосударственное пенсионное обеспечение работников Общества осуществляется на основании пенсионных договоров, заключаемых с Негосударственным пенсионным фондом «ГАЗФОНД».

Социальная политика «Газпром трансгаз Томск» затрагивает различные проблемы общества и работников компании: Газпром принимает непосредственное участие в проектах усиления социальной поддержки населения и своих работников, создает новые рабочие места, оказывает

помощь малообеспеченным и малоимущим, военнослужащим, ветеранам и инвалидам Великой Отечественной войны, реализует программы социальной поддержки народов Крайнего Севера, вкладывает средства в строительство объектов производственной и социальной инфраструктуры в регионах Российской Федерации [27].

Для исследования системы управления КСО ООО «Газпром трансгаз Томск» проведем анализ по взаимодействию со стейкхолдерами.

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. Эффективные взаимоотношения со стейкхолдерами позволяют: привлечь квалифицированных кадров, иметь четкое понимание об ожиданиях заинтересованных сторон, а также повысить прозрачность и доверие к компании. Структура стейкхолдеров организации и органов ответственных за взаимодействие представлена в таблице 8.

Таблица 8 – Стейкхолдеры ООО «Газпром трансгаз Томск»

Стейкхолдеры	Подразделение/орган ответственный за взаимодействие
Акционеры и инвесторы	<ul style="list-style-type: none"> • Координационный комитет по взаимоотношениям с акционерами и инвесторами • Отдел по работе с акционерами • Отдел по работе с инвесторами • Корпоративный секретарь
Деловые партнеры	Профильные подразделения
Персонал	Департамент, отвечающий за работу по управлению персоналом
Государственные и муниципальные органы власти Российской Федерации	<ul style="list-style-type: none"> • Комиссия по региональной политике • Департамент, отвечающий за работу с органами государственной власти Российской Федерации
Местные сообщества	<ul style="list-style-type: none"> • Экологические службы • Подразделение по связям с общественностью • Комиссия по региональной политике
Регуляторы стран Европейского союза (ЕС) и других участников рынка	<ul style="list-style-type: none"> • Департамент, отвечающий за внешнеэкономическую деятельность • Департамент, отвечающий за перспективное развитие
Общественные организации	<ul style="list-style-type: none"> • Экологические службы • Подразделение по связям с общественностью • Социальные службы и подразделения
Средства массовой информации (СМИ)	Департамент, отвечающий за информационную политику

Из таблицы 8 мы можем заметить, что программами КСО занимаются различные подразделения, у которых нет единого представления о направлении развития КСО в организации.

Исходя из анализа мероприятий КСО ООО «Газпром трансгаз Томск» можно выделить следующие проблемы:

- Программы носят обширный, но не системный характер;
- Нет стратегического видения КСО;
- За разные аспекты КСО отвечают разные подразделения.

Учитывая данные проблемы необходимо разработать стратегический план КСО.

3.3 Разработка рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности

Программа корпоративной социальной ответственности ООО «Газпром трансгаз Томск» включает в себя важнейшие принципы: заботится об окружающей среде, занимается благотворительностью, вносит вклад в развитие регионов, заботится о своих сотрудниках, создает безопасные и достойные условия труда. Также в Обществе реализуются различные социальные программы: обучение и развитие персонала, молодежная политика, оздоровление работников и их детей, поддержка ветеранов и пенсионеров, решение жилищных вопросов газовиков. Но у компании отсутствует стратегическое видение корпоративной социальной ответственности [27].

Для того чтобы разработать рекомендации по совершенствованию КСО нам потребуется четко обозначить цели, задачи и наиболее влиятельных стейкхолдеров. Результаты представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Основные цели и задачи

№	Цели	Стейкхолдеры
	Вносить позитивный вклад в социально-экономическое развитие страны и следовать стандартам экологической и промышленной безопасности, корпоративного управления и социальной ответственности	Акционеры и инвесторы, деловые партнеры, сотрудники, государство и органы власти, местные сообщества, общественные организации, регуляторы стран ЕС, СМИ, потребители
	Задачи	
1	Сформировать долгосрочные доверительные отношения с клиентами и партнерами	Деловые партнеры и клиенты
2	Сформировать интерес общественности к честному ведению бизнеса	Местные сообщества, общественные организации, потребители
3	Информационная открытость	Акционеры и инвесторы, деловые партнеры, сотрудники, государство и органы власти, местные сообщества, общественные организации, регуляторы стран ЕС, СМИ, потребители
4	Выполнение социальных программ	Сотрудники
5	Контроль за соблюдением политики интегрированной системы менеджмента	Сотрудники, местные сообщества, потребители, общественные организации
6	Формирование ежегодного отчета в области устойчивого развития	Акционеры и инвесторы, деловые партнеры, сотрудники, государство и органы власти, местные сообщества, общественные организации, регуляторы стран ЕС, СМИ, потребители

В качестве рекомендации для выполнения поставленных задач, мы предлагаем создать рабочую группу по КСО, которое будет подчиняться Совету директоров. В функции рабочей группы КСО будет входить:

- выработка приоритетных направлений КСО (развитие персонала, условия труда и здоровье работников, природоохранная деятельность, поддержка местных сообществ и т.д.);
- подготовка текстов в области корпоративной социальной ответственности (кодекс деловой этики, отчет в области устойчивого развития и пр.);
- встречи со стейкхолдерами с целью выяснение их интересов;
- координация деятельности отделов, отвечающих за коммуникацию со стейкхолдерами;

- планирование, организация и оценка эффективности социальных проектов Общества;
- разработка карты стейкхолдеров и расстановка приоритетов.

Рабочая группа по КСО будет состоять из подразделов ответственных за взаимодействие с каждым из стейкхолдеров. Структура стейкхолдеров организации и органов ответственных за взаимодействие представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Органы ответственные за взаимодействие со стейкхолдерами

Стейкхолдеры	Подразделение/орган ответственный за взаимодействие
Акционеры и инвесторы	Отдел по работе с акционерами и инвесторами
Деловые партнеры	Профильные подразделения
Персонал	Департамент, отвечающий за работу по управлению персоналом
Государственные и муниципальные органы власти Российской Федерации	Департамент, отвечающий за работу с органами государственной власти Российской Федерации
Местные сообщества	Служба по связям с общественностью
Регуляторы стран Европейского союза (ЕС) и других участников рынка	Департамент, отвечающий за внешнеэкономическую деятельность и перспективное развитие
Общественные организации	Служба по связям с общественностью
Средства массовой информации (СМИ)	Служба по связям с общественностью

Создание подразделения по корпоративной социальной ответственности позволит скоординировать усилия в области устойчивого развития и более эффективно решать поставленные задачи для достижения цели.

Для выполнения первой задачи Обществу необходимо быть открытой и честной, соответствовать требованиям законодательства, в том числе экологического.

Выполнение второй задачи также требует соблюдения требований законодательства и стремления к прозрачности ведения бизнеса. Создание и укрепление положительной репутации позволит заинтересовать потребителей.

Раскрытие информации необходимо для того, чтобы все перечисленные заинтересованные стороны имели представление о деятельности компании не только на словах. Более того, это может принести дополнительный доход, т.к. помимо имеющихся деловых партнеров могут заинтересоваться в сотрудничестве и новые.

Социальные программы представляют большой интерес, в первую очередь, у самих сотрудников. Как уже говорилось ранее, персонал для Общества играет очень большую роль, ведь именно от них зависит успех бизнеса. Выполнение социальных программ поможет повысить производительность труда, качество работы персонала, а также сократит текучесть кадров.

Соблюдение и совершенствование принципов интегрированной системы менеджмента в области качества, охраны окружающей среды, энергоэффективности и энергосбережения, охраны труда, промышленной и пожарной безопасности поможет не только сократить негативное воздействие на окружающую среду, но и обеспечить своим работникам безопасные условия труда.

Формирование отчета в области устойчивого развития позволяет не только оценить проведенные мероприятия КСО, но и улучшить деловую репутацию и позиционировать себя как социально ответственная компания что, в свою очередь, может привлечь инвесторов. Нефинансовая отчетность, часто относимая к отчетности по устойчивому развитию, дает возможность бизнесу быть прозрачным, выставляя на обозрение нефинансовые аспекты своей деятельности.

В качестве еще одной рекомендации мы предлагаем ООО «Газпром трансгаз Томск» формировать и размещать нефинансовую отчетность, которая разрабатывается на основе руководства по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативе по отчетности (GRI). Принципы такой отчетности отражены на рисунке 9.



Рисунок 9 – Принципы отчета в области устойчивого развития

Рассмотрим подробнее каждый принцип и его содержание [35].

1. Охват заинтересованных сторон. Выявление сторон, заинтересованных в деятельности Общества и отражение результатов их взаимодействия.

2. Контекст устойчивого развития. Отражение результатов деятельности организации с учетом требований и ограничений, связанных с использованием природных и социальных ресурсов на отраслевом, местном, региональном и глобальном уровнях.

3. Существенность. Отчет должен охватить аспекты, отражающие существенное экологическое, социальное и экономическое воздействие организации или оказывающие влияние на решения и оценки стейкхолдеров.

4. Полнота. Отражение всех значимых действий и событий, а также показателей, которые позволили бы полно оценить заинтересованным сторонам результаты деятельности.

5. Ясность. Информация должна быть отражена в понятной и доступной форме для стейкхолдеров.

6. Сбалансированность. Отражение положительных и отрицательных результатов деятельности организации.

7. Своевременность. Публикация отчета должна осуществляться на основе регулярного графика.

8. Точность. Информация должна быть изложена точно и подробно, для того чтобы оценка результатов деятельности организации не вызывала трудностей у заинтересованных сторон.

9. Надежность. Информация и процессы должны быть собраны, документированы, составлены, проанализированы и составлены так, чтобы изучение отчета обеспечивало качество и существенность изложенной информации.

10. Сопоставимость. Отчет должен отражать информацию об экономических, социальных и экологических результатах деятельности так, чтобы использование отчета заинтересованными сторонами обеспечивало возможность сравнения представленной информации с результатами деятельности организации за предыдущие периоды и ее целями, а также, с результатами деятельности других организаций настолько, насколько это возможно.

Основываясь на результатах проведенного исследования политики КСО ООО «Газпром трансгаз Томск», мы разработали рекомендации по совершенствованию мероприятий КСО с учетом внедрения подразделения по корпоративной социальной ответственности. Результаты рекомендаций представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Предложения по совершенствованию мероприятий КСО

	Окружающая среда		Внутренняя КСО		Внешняя КСО	
	Текущее положение	Предложение	Текущее положение	Предложение	Текущее положение	Предложение
	Проводится Экологическая политика, реализуются программы и мероприятия по снижению воздействия на окружающую среду	Поддержка ежегодных всероссийских и региональных акций, таких как «Зелёная Россия», «Зеленая весна» с целью поддержания благоприятной окружающей среды в регионах присутствия	Стратегии развития системы управления производственно й безопасностью	Улучшение условий труда, путем обеспечения сотрудников чаем и кофе	Отсутствие структурированности в отчетности о социальной ответственности - большое количество мероприятий, не связанных между собой	Структурировать мероприятия в отчетности: Поддержка культуры и искусства; Поддержка спорта; Поддержка социально незащищенных слоев населения; Волонтерство и благотворительность
	Документооборот на бумажных носителях	Переход на автоматизированный документооборот с целью уменьшения использования бумаги	Отсутствие комнат для уединения, для отдыха	Создание кабинетов психологической разгрузки		
			Наличие столовой, которую можно посетить только во время обеда	Установить автоматы быстрого питания		
Ответственное подразделение	Рабочая группа по корпоративной социальной ответственности					

Что касается окружающей среды, то ООО «Газпром трансгаз Томск» ответственно подходит к вопросам экологии. Осуществляя производственную деятельность, Общество соблюдает законодательные требования с учетом международных требований системы экологического менеджмента. Более того, в Обществе существует своя политика интегрированной системы менеджмента, которая включает обязательства по постоянному улучшению и предупреждению негативного воздействия, энергосбережению и рациональному использованию природных ресурсов. В качестве рекомендаций мы предлагаем поддерживать ежегодные всероссийские и региональные акции, с целью поддержания благоприятной окружающей среды в регионах присутствия, а также перейти на автоматизированный документооборот с целью уменьшения использования бумаги.

Рассматривая внутреннюю среду, можно предложить обеспечение сотрудников чаем и кофе за счет средств работодателя, а также создание кабинетов психологической разгрузки. В кабинете предполагается установка мягкого кресла, пузырьковой трубки с водой и проектора с успокаивающим фоном. Создание такого кабинета позволит сотрудникам быстро и эффективно снимать эмоциональное перенапряжение. Время пребывания на одного человека составит не более 20 минут и будет фиксироваться по пропускной смарт-карте. В случае если сотрудник превысил лимит нахождения в комнате, то он будет оштрафован. Также можно предложить установку автоматов быстрого питания, что позволит работникам перекусить во время перерыва.

Общество реализует множество различных социальных проектов, но ввиду отсутствия публикаций нефинансовой отчетности информация изложена в непонятной, хаотичной форме. В качестве рекомендации можно предложить структурирование мероприятий по разделам: поддержка культуры и искусства; поддержка спорта; поддержка социально незащищенных слоев населения; волонтерство и благотворительность.

Отсутствие публикаций отчета о деятельности в области устойчивого социального развития не позволяет произвести полную оценку проведенных

мероприятий. Сводная информация, отражающая социальные и природные аспекты, смогла бы удовлетворить информационные запросы стейкхолдеров и повысить прозрачность Общества.

Более того, нефинансовая отчетность может стать инструментом развития самого Общества: сводная информация о проведенных мероприятиях позволит выявить проблемные аспекты деятельности, провести анализ и внести коррективы в политику социальной ответственности. Именно поэтому одной из рекомендаций по совершенствованию политики корпоративной социальной ответственности является формирование и размещение отчета об устойчивом социальном развитии.

Также мы рекомендуем Обществу создать рабочую группу по совершенствованию корпоративной социальной ответственности, в которую будут входить такие структурные подразделения как: отдел по работе с акционерами и инвесторами; профильные подразделения по работе с деловыми партнерами; департамент, отвечающий за работу по управлению персоналом; департамент, отвечающий за работу с органами государственной власти Российской Федерации; служба по связям с общественностью; департамент, отвечающий за внешнеэкономическую деятельность и перспективное развитие. Совместная деятельность перечисленных подразделений позволит скоординировать усилия в области устойчивого социального развития.

Таким образом, для достижения цели в области КСО были разработаны рекомендации:

- Создание рабочей группы по совершенствованию корпоративной социальной ответственности;
- Формирование и размещения отчета в области устойчивого социального развития;
- Предложены мероприятия по совершенствованию политики в области корпоративной социальной ответственности.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
3AM71	Провоторовой Екатерине Андреевне

Школа	инженерного предпринимательства	Направление	38.04.02 Менеджмент
Уровень образования	магистратура		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<p>1. <i>Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.) – опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – чрезвычайных ситуаций социального характера 	<p>Описание рабочего места офиса ПАО «Газпром нефть» на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды: в офисе установлено местное и общее освещение, кондиционеры, электромагнитные поля на низком уровне, метеоусловия в норме; - опасных проявлений факторов производственной среды: в офисе установлена пожарная сигнализация, имеется запасной выход. Рабочее место оборудовано в соответствии с нормами техники безопасности.
<p>2. <i>Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>	<p>1. Трудовой кодекс РФ; 2. ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности»; 3. «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента» ISO 14001; 4. GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности; 5. SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда; 6. Система энергетического менеджмента ISO 50001.</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы корпоративной культуры исследуемой организации; – системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; – системы социальных гарантий организации; 	<p>Анализ факторов внутренней социальной ответственности ПАО «Газпром нефть», которые направлены на удовлетворение потребностей сотрудников, социальную поддержку, обеспечение их</p>
---	---

– оказание помощи работникам в критических ситуациях.	безопасности, развитие и обучение кадров
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью; – спонсорство и корпоративная благотворительность; – ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров), – готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	Анализ факторов внешней социальной ответственности ПАО «Газпром нефть», которые направлены на содействие охраны окружающей среды, благотворительность, волонтерство, социальную поддержку местных сообществ
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анализ правовых норм трудового законодательства; – Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов. – Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. 	Анализ правовых норм трудового законодательства – ТК РФ; Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации – годовой отчет; отчет об устойчивом развитии.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	Миссия, стратегии и цели ПАО «Газпром нефть»; Стейкхолдеры организации ПАО «Газпром нефть»; Структура программ ПАО «Газпром нефть»; Затраты на мероприятия КСО ПАО «Газпром нефть»

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

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Н.В.	к. философ. н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ71	Провоторова Е.А.		

4 Социальная ответственность

4.1 Определение целей и задач программы корпоративной социальной ответственности

Программа корпоративной социальной ответственности включает следующие важнейшие принципы в деятельности ПАО «Газпром нефть»: производственная безопасность, минимизация воздействия на окружающую среду, трепетное отношение к интересам общества, вклад в социально-экономическое развитие российских регионов, создание в них благоприятного делового климата, обеспечение достойных условий труда, социального и духовного благополучия людей.

Миссия, стратегия и цели компании представлены в таблице 12.

Таблица 12 - Определение целей КСО ПАО «Газпром нефть»

Миссия компании	Вести честный и ответственный бизнес, предоставлять высококачественные энергоресурсы потребителям, заботиться о сотрудниках и занимать лидирующие позиции по эффективности, тем самым обеспечивать долгосрочный рост Компании.	Цели компании: 1. Обеспечивать экологическую безопасность и охрану окружающей среды. 2. Обеспечивать постоянное повышение уровня безопасности, снижение показателей аварийности, производственного травматизма, профессиональных заболеваний 3. Повышать эффективность программ развития персонала, а также программ социальной поддержки сотрудников 4. Поддерживать и развивать отечественный спорт 5. Поддерживать детей-инвалидов, сирот и воспитанников детских домов 6. Поддерживать культуру, науку и образование 7. Пропагандировать здоровый образ жизни
Стратегия компании	Занять лидирующую позицию среди крупных энергетических компаний, посредством освоения новых рынков, диверсификации видов деятельности, обеспечения надежности поставок.	

Компания неизменно следует принципам социальной ответственности, которыми являются: создание новых рабочих мест, реализация социальных программ для персонала, спонсорство и благотворительность, проведение экологических и образовательных акций.

С каждым годом «Газпром нефть» все большее внимание уделяет участию в проектах, которые направлены на усиление социальной поддержки населения. Вкладывая средства в строительство объектов социальной и производственной инфраструктуры, компания оказывает помощь малоимущим и малообеспеченным, военнослужащим, ветеранам и инвалидам Великой Отечественной войны. Особое внимание компания проявляет к поддержке детей-инвалидов, сирот, вкладывая средства в строительство детских садов, жилых домов, поликлиник и др.

«Газпром нефть» спонсирует и организует различные спортивные мероприятия, тем самым пропагандирует здоровый образ жизни [28].

4.2 Определение стейкхолдеров программы корпоративной социальной ответственности

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. Структура стейкхолдеров организации представлена в таблице 13 [17].

Таблица 13 – Стейкхолдеры ПАО «Газпром нефть»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1. Акционеры и инвесторы	1. Органы государственной власти
2. Сотрудники	2. Поставщики и подрядчики
3. Потребители	3. Местные сообщества
	4. Общественные организации

В первую очередь, акционеры и инвесторы заинтересованы в росте прибыли компании и ее годовых дивидендов. Успех организации во многом зависит от работы сотрудников, при наличии достойной зарплаты и премий, карьерном росте, оптимальных условий труда – сотрудники будут заинтересованы в развитии компании, следовательно, повысится производительность труда и качество работы сотрудников. Потребители влияют на качество, экологичность и доступность товаров и услуг.

Что касается косвенных стейкхолдеров, то органы государственной власти заинтересованы в улучшении условий жизни для населения, налоговых выплатах, экологической безопасности, наличии рабочих мест. Фирмы, которые поставляют товары, производят работы и оказывают услуги заинтересованы в построении долгосрочных отношений с организацией и в соблюдении ими обязательств. Местные сообщества и общественные организации заинтересованы в улучшении условий жизни, экологической и промышленной безопасности деятельности компании. Отдельные группы могут быть заинтересованы в получении спонсорской помощи [28].

4.3 Определение структуры программы корпоративной социальной ответственности

Основные программы КСО ПАО «Газпром нефть» [28]:

- 1) промышленная и экологическая безопасность, охрана труда, энергоэффективность;
- 2) социальные программы поддержки населения (программа «Родные города»);
- 3) движение корпоративного волонтерства «Личный вклад»;
- 4) технологическая стратегия в области разведки и добычи (девять долгосрочных программ технологического развития с определенными сроками реализации);
- 5) контроль и повышение качества продукции (программа «Мобильный контроль» позволяет оперативно выявлять и корректировать несоответствия стандартам качества и повышать качество работы предприятия);
- 6) развитие кадрового потенциала.

«Газпром» ежегодно поддерживает различные общественные проекты, оказывая помощь в развитии спорта, науки, культуры, образования. Компания ведет активную работу в области благоустройства и развития городов и

поселков – финансирует строительство жилых домов, спортивных объектов, а также оказывает помощь социально-незащищенным слоям населения.

Кроме этого, социальная политика «Газпром нефти» ориентирована на поддержку государственных программ в области охраны здоровья, культуры и спорта. Компания поддерживает проведение культурных и спортивных мероприятий, оказывает помощь детским домам и образовательным учреждениям, обществам ветеранов, творческим коллективам. Рассмотрим элементы программы КСО, представленные в приложении Б.

4.4 Определение затрат на программы корпоративной социальной ответственности

Затраты на мероприятия КСО ПАО «Газпром нефть» представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Затраты на программы КСО

Мероприятие	Затраты в предшествующем году (2016), млн руб.	Затраты в отчетном году (2017), млн руб.
1.Промышленная и экологическая безопасность, охрана труда	41 704	54 100
2.Обеспечение экологической безопасности и охрана окружающей среды	6 875,6	6 908,1
3.Вознаграждения и социальная поддержка персонала	82 576	89 777
4. Социальные программы поддержки населения (программа «Родные города»)	4 107,3	4 312,9
5.Обучение и развитие персонала	707,2	1 050
Итого:	135 970,1	156 148

Как можно заметить из таблицы 14, в отчетном периоде затраты на все мероприятия увеличились, это обусловлено стремлением к обеспечению постоянного повышения уровня безопасности, снижения показателей аварийности, производственного травматизма, минимизации негативного воздействия на окружающую среду. «Газпром нефть» постоянно увеличивает инвестиции в социальную поддержку и развитие персонала, прежде всего,

потому что именно от сотрудников зависит эффективное достижение ключевых целей [28].

4.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

«Газпром нефть» достигла значительных результатов во всех направлениях своей деятельности: рекордно увеличились объемы добычи, укрепились позиции на рынках сбыта, были реализованы значимые инновационные и экологические проекты, продолжилось развитие программы социальных инвестиций.

Инновационный подход компании к производственной деятельности стал результатом того, что добыча на зрелых месторождениях увеличилась, были выпущены на рынок инновационные перспективные продукты, а также были вовлечены в разработку ранее нерентабельные трудноизвлекаемые запасы.

«Газпром нефть» поставила цель – «Цель – ноль: никакого вреда окружающей среде, объектам и людям», для достижения которой реализуется масштабный проект по повышению производственной безопасности. В нем участвуют не только сами сотрудники, но и специалисты подрядных организаций. Данный проект позволил компании снизить число производственных инцидентов и случаев травматизма.

Ключевым ресурсом «Газпром нефти» являются сотрудники, а профессиональное развитие кадров является стратегическим приоритетом. В 2017 году компания обеспечила участие в различных образовательных программах более 88 % своих сотрудников.

Что касается программы социальных инвестиций «Родные города», направленная на повышение жизни местных сообществ, то было осуществлено более 2100 проектов, охватывающие 35 регионов. Благодаря чему возросла инициативность местных сообществ в решении задач регионального развития [28].

Заключение

В ходе работы были изучены принципы корпоративной социальной ответственности разных стран. По результатам проведенного анализа можно отметить, что российская модель КСО только формируется. Однако, интерес крупных российских компаний к выработке стратегий участия в жизни общества и политики социальной ответственности повысился ввиду выхода на международные рынки. Для российской модели КСО характерно отсутствие каких-либо государственных программ, направленных на поддержку и стимулирование корпоративной социальной ответственности. Основным направлением деятельности российских компаний в области КСО является благотворительная деятельность.

Что касается зарубежных стран, то отличительной чертой американской модели КСО является минимальная роль государства в деятельности бизнеса. Европейская и азиатская модель КСО не является открытой и предполагает государственное регулирование. Корпоративная деятельность регулируется стандартами, нормами, законами соответствующих государств.

Основными направлениями КСО американской модели являются здравоохранение, образование и спорт. Для азиатской модели характерно решение проблем защиты окружающей среды, а также большое внимание уделяется коллективным способностям, общности, значению человека в коллективе и его развитию. В связи с тем, что в Европе интересы рабочих законодательно защищены и развито экологическое законодательство, то европейской модели характерна реализация значимых социальных программ.

В ходе анализа системы управления КСО ООО «Газпром трансгаз Томск» были выявлены следующие проблемы: программы КСО носят обширный, но не системный характер; нет стратегического видения КСО; за разные аспекты КСО отвечают разные подразделения.

В соответствии с проделанной работой, были предложены рекомендации по совершенствованию политики КСО. В связи с тем, что в Обществе программами КСО занимаются различные подразделения, у которых нет единого представления о направлении развития КСО, то решением проблемы станет создание рабочей группы по корпоративной социальной ответственности, которое позволит скоординировать усилия в области устойчивого развития и более эффективно решать задачи для достижения цели.

В качестве еще одной рекомендации мы предлагаем ООО «Газпром трансгаз Томск» формировать и размещать нефинансовую отчетность, которая позволит не только оценить проведенные мероприятия КСО, но и улучшить деловую репутацию и позиционировать себя как социально ответственная компания что, в свою очередь, может привлечь инвесторов.

Основываясь на результатах проведенного исследования политики КСО ООО «Газпром трансгаз Томск», мы разработали рекомендации по совершенствованию мероприятий КСО с учетом внедрения рабочей группы по корпоративной социальной ответственности.

Следование принципам корпоративной социальной ответственности позволит привлекать квалифицированный и компетентный персонал, а также удерживать и мотивировать опытных экспертов. Более того, ведение ответственного бизнеса помогает достичь статуса надежного партнера и высокой репутации.

Список публикаций студента

1. Провоторова Е.А. Анализ коллективных договоров нефтегазовых предприятий // Проблемы геологии и освоения недр: труды XXI Международного симпозиума имени академика М.А. Усова студентов и молодых ученых, посвященного 130-летию со дня рождения профессора М.И. Кучина. Том II / Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2017. – с. 875-876

Список использованных источников

1. Бабич А.М. Корпоративная социальная ответственность и социальное развитие предприятий : учебное пособие / А. М. Бабич, А. А. Попков, О. Н. Слоботчиков. - Москва : ИМЦ, 2018. - 294 с.
2. Бакша Н.В. Корпоративная социальная ответственность / Н.В. Бакша. –Тюмень, 2013. – 289 с.
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. Белоусов К. Ю. Корпоративная социальная ответственность как социально-экономический институт // Проблемы современной экономики, 2015 - № 4 (56). - С. 87 - 90.
5. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: учебник / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров; под. ред. И.Ю. Беляевой. - М.: КНОРУС, 2015. - 316 с.
6. Бикеева М.В. Опыт компаний Европейского Союза в реализации корпоративной социальной ответственности // Экономические исследования и разработки, 2017. - №6. – С. 70-76.
7. Большая советская энциклопедия. Роберт Оуэн. – Государственное научное издание «БСЭ», 1955. – Т. 31, – с.449-450
8. Валькович О.Н. Корпоративная социальная ответственность. Российский опыт: учеб. пособие / О.Н. Валькович, Л.И. Сланченко. - Краснодар, 2012. - 230 с.
9. Васильева М.И. Приоритетные направления правового обеспечения государственной экологической политики // Приоритеты национальной экологической политики России / Под ред. В.М. Захарова, М., 2013. – 200 с.

10. Взаимосвязь международных и российских стандартов по КСО. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://megapredmet.ru/1-68197.html> (дата обращения: 24.05.2019)
11. Воронцов П.Г. Экономический анализ: Теория и практика // Развитие модели российской корпоративной социальной ответственности на примере отрасли страхования, 2017. – Т. 16 (1). – с. 160-173.
12. Зименков Р. И., Завьялова Е. Б. Сотрудничество американского государства и бизнеса в решении социальных проблем // США и Канада: экономика, политика, культура, 2016. - №2 (554). - с. 3-21.
13. Истомин А.В. Основные направления и приоритеты устойчивого развития Арктической зоны России // Север и рынок. – 2014. – № 22. – С. 33-38.
14. Кодекс ответственности ВР. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/about-bp/code-of-conduct/bp-code-of-conduct-russian.pdf> (дата обращения: 13.04.2019)
15. Козырь О.М., Ротарь А.А. Актуальные вопросы ответственности за загрязнение окружающей среды, причиненное в результате недропользования на шельфе // Нефть, газ и право, 2014. – № 6. – С. 11-19
16. 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.
17. Корпоративная социальная ответственность: метод. указания для выполнения самостоятельной работы студентами /Новосиб. гос. аграр. ун-т; сост.: Чернова С.Г. – Новосибирск, 2014. – 34 с.
18. Кравцова Е. М., Матвеева В. Ю. Модели социальной ответственности бизнеса в мировой экономике//Экономика, предпринимательство и право, 2016. – с. 81-98
19. Крылов А.Н. Корпоративная социальная ответственность: экономические модели - мораль - успех - устойчивое развитие. / Ред. и сост. А. Н. Крылов. - М.: Икар, 2013.

20. Курапова А.О. Теория корпоративной социальной ответственности. Сущность и отличия КСО в России и за рубежом / А.О. Курапова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент», 2016. – Т.10, №3. – с. 103 – 108
21. Международный стандарт ИСО 26000. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_26000 (дата обращения: 12.05.2019)
22. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» // Официальный сайт ИСО. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.iso.org/ru/iso-26000-social-responsibility.html> (дата обращения: 12.05.2019)
23. Международный стандарт SA 8000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://quality.eup.ru/GOST/sa8000.htm> (дата обращения: 12.05.2019)
24. Минчичова В. С. Экологический менеджмент как составляющая корпоративной социальной ответственности и системы менеджмента качества международного бизнеса в разрезе концепции устойчивого развития // Молодой ученый, 2016. - №9. - С. 654-657.
25. Орлов Е. В. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие. Н. Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2012. С. 7.
26. Остапенко Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие / Г.Ф. Остапенко. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. – 112 с.
27. Официальный сайт компании ООО «Газпром Трансгаз Томск». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tomsk-tr.gazprom.ru/> (дата обращения: 28.05.2019)
28. Официальный сайт ПАО «Газпром нефть». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gazprom-neft.ru> (дата обращения: 06.04.2019)

29. Официальный сайт компании ПАО «НК «Роснефть». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rosneft.ru/> (дата обращения: 06.04.2019)

30. Официальный сайт компании «Toyota Motor Corporation». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://toyota-l.ru/about/o-kompanii-toyota> (дата обращения: 18.04.2019)

31. Официальный сайт компании «Huawei». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.huawei.com/ru/> (дата обращения: 18.04.2019)

32. Пичков О. Б. Корпоративная социальная ответственность американских нефтегазовых компаний // Международные процессы, 2013. - Т. 11, № 1 (32). - С. 113—121.

33. Пономарев С.В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки, Пермь, 2014 – 21 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://permtpp.ru/upload/iblock/58c/kso.pdf> (дата обращения: 15.05.2019)

34. Рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний России 2018. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://wwf.ru/resources/publications/booklets/rejting-otkrytosti-neftegazovykh-kompaniy-rossii-v-sfere-ekologicheskoy-otvetstvennosti-2018/> (дата обращения: 28.05.2019)

35. Руководство GRI по отчетности в области устойчивого развития. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ecp.ru/sites/default/files/download/stakeholder/Russian-G4-Part-Two.pdf> (дата обращения: 28.05.2019)

36. Савина Т.Н. Критерии оценки социально ответственного поведения бизнеса (теория, методология, практика): монография / Т.Н. Савина. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 168 с.

37. Савина Т.Н. Соблюдение критериев социально ответственного поведения бизнеса как конкурентный механизм, задающий условия устойчивому развитию. В книге: проблемы экономики и управления в XXI

веке: актуальные вопросы, тенденции, перспективы. монография. Пенза, 2016.
– С. 79-89

38. Семенов А. К. Этика менеджмента: учеб. пособие. – М.: Дашков и К., 2007.

39. Спонсорская программа поддержки социально-значимых событий «Золотое сердце». [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: http://www.goldenheart.ru/art_15.shtml (дата обращения: 06.04.2019)

40. Сочнева Е.Н., Человеческий капитал: проблемы измерения и роста в российской экономике, Монография: Красноярск : Сиб. федер. ун-т, Красноярск : Сиб. федер. ун-т, Красноярск, 2016. - 256 с.

41. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / науч. ред. Е.В. Нехода. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. – 340 с.

42. Титов Л. Пять долларов Генри Форда изменившие мир // Новое время и мы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://youthpaper.ru/?p=99> (дата обращения: 18.05.2019)

43. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019) // Собрание законодательства Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 18.05.2019)

44. Чугунова Ю.В. Влияние социально ответственных поступков компаний на их экономические показатели // Российское предпринимательство. — 2015. — Том 16. — № 7. — с. 1011-1020.

45. Corporate Social Responsibility : Business Solutions to Global Challenges : prepared by business for social responsibility (CSR) for the Asia business council spring forum, 2008. Hong Kong, 2008. 34 p.

46. Reputation Capital Group. Блог. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://reputationcapital.blog/> (дата обращения: 19.04.2019)

47. Zhou Y. N., Киман Д. Ю. Government promotion and regulation of Corporate Social Responsibility in Russia // Молодой ученый, 2014. — №6. — с. 369-371. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/65/10434/> (дата обращения: 28.05.2019)

Приложение А
(обязательное)

Part I

Definition of corporate social responsibility

Студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗАМ71	Провоторова Екатерина Андреевна		

Консультант ШИП (руководитель ВКР)

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Наталья Владимировна	к.ф.н., доцент		

Консультант – лингвист ШБИП ОИЯ

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Новикова Вера Станиславовна			

1 Definition of corporate social responsibility

Today, corporate social responsibility (CSR) is considered as part of business strategy; there are many debates and reports about the nature and value or business opportunities that can be achieved when implementing corporate social responsibility. Also as CSR can be "a source of opportunity, innovation, and competitive advantage" rather than just "a cost, a constraint, or charitable deed". Along with the comprehensive the renovation of the country, the success in accelerating economic growth rate are posing the country for many social and environmental problems the urgent. The main issues that are demanding economic entities, including businesses, are responsible for contributing to; if not itself economic growth will not be sustainable and will pay the price too expensive environmental and social issues. Related to this report will evaluate the benefits and problems when implementing corporate social responsibility. And to clearly understand about these issues, this report will explain "what is the corporate social responsibility".

1.1 Definition of corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) is known as a number of other names: corporate accountability, corporate responsibility, corporate ethics, sustainability, corporate citizenship, stewardship, triple bottom line and responsible business, to name just a few.

Corporate social responsibility is an evolving concept that currently does not have a universally accepted definition. CSR is understood to be the way firms integrate environmental, social and economic concerns into their values, decision making, strategy and operations in a transparent and accountable manner and thereby establish better conducts within the firm, create wealth, material and improve society.

The World Business Council for Sustainable Development has described CSR as the business contribution to sustainable economic development. Based on compliance with legislation and regulations, CSR generally includes "beyond law" commitments and activities pertaining to: business management and ethics, health and safety, environmental stewardship, human rights, human resource management, community involvement, investment and development, involvement and respect for indigenous people, corporate philanthropy and employee volunteering, anti-bribery and anti-corruption measures, customer satisfaction and adherence to principles of fair competition, accountability, supplier relations, transparency and performance, for both domestic and international supply chains.

Generally, corporate social responsibility can be understood to be the way firms integrate environmental, social and economic concerns into their values, decision making, strategy and operations in a transparent and accountable manner and thereby establish better practices within the firm, create wealth, material and improve society. These factors of CSR are often interconnected and interdependent, and use to firms wherever they operate.

Because businesses play a pivotal role in job and wealth creation in society, CSR is a central management concern. It positions companies to both proactively manage risks and take advantage of opportunities, especially with respect to their corporate reputation and broad engagement of stakeholders. The latter can include shareholders, suppliers, labors, consumers, communities, governments, non-governmental organizations, international organizations and others affected by a company's activities.

Above all, CSR is about performance: moving beyond words on a page to effective and observable actions and societal impacts. Performance reporting is all part of transparent, accountable and, therefore, credible corporate behavior. There is considerable potential for problems when stakeholders perceive that a firm is just engaging in a public relations exercise and cannot demonstrate concrete actions that lead to real social and environmental benefits.

1.2 The advantages and the tangible, intangible benefits gained from the practice of corporate social responsibility

CSR is longer a familiar in the world but it is still a hot term to not only enterprises, customers, entire society but also investors. Every day, there are many activities related to corporate social responsibility. Enterprises use CSR as a tool to develop their reputation in the global market. Investors use CSR as a main reason to consider in decisions of enterprises to invest responsibility. Consumers and entire society consider CSR as an important factor to decide the cost, quality and progress of an enterprise. Because of important of corporate social responsibility, many corporations can pay a lot of money for CSR to become a perfect business model, responsible for society, and have beliefs of community. In the current context of globalization, customers, investors, policy makers and non-governmental organizations around the globe are increasingly concerned over the impact of globalization on the rights of employees, the environment and community welfare. These businesses do not make social responsibility can no longer access to the international market. A typical example, Nike Corporation 1990 global boycott because of harsh labor conditions in factories in East Asia and Southeast Asia. During that period, there were a large number of workers demonstrated more and more on the implementation of Nike's labor regime, especially the countries of the world as Vietnam, Indonesia, and China. Protesters against the company including organizing a boycott of Nike products, on the media attention on the subject and create pages wed to decry the implementation mode Nike's labor. Nike companies were operating about 500,000 people. Protestors who are the claim, were abused physically and mentally. Workers have to work in unsafe conditions and low wages or salary is not enough. In addition to the salary is not enough for Nike factory workers, the protesters also spoke about the poor working conditions of the factory Nike. Many Nike factories have found poor air quality and dangerous conditions.

Therefore, the product of Nike was ostracized throughout a period. So Nike began to focus on the implementation of the company's responsibility for employees.

And Nike Corporation has committed to the responsibility of the company to employees. Nike created working conditions for laborers to work in better conditions and ensure the health of people. Through Nike's annual report on corporate social responsibility, and consumers begin to trust and Nike's business began to recover. So far, Nike is one of the largest sellers of sports shoes and clothing in the world. Company is currently active in over 110 countries.

In fact, the world has shown that good corporate social responsibility is not only decreased but increased benefits. The business benefits gained from implementation of social responsibility include lower costs, increase revenue, increase brand value, and cut incidence of employee severance, increased productivity and more opportunities to reach new markets. CSR can be broken down into specific actions with objects are employee, shareholder, supplier, consumer, community and environment.

Firstly, corporate social responsibility for employee – the evaluation criteria to performance of CSR to employees including compensated, without discrimination, remuneration policy and good training, and acceptable working conditions. These basic conditions, although simple, but not all enterprises can also perform complete. Most employees prefer their work by good working conditions and reasonable salary regimes. Enterprises meet these requirements also means creating team cohesion, love of work, proud of the company's image and determination to work for the benefit of company. Benefits gained here are in addition to significantly improved productivity, there is a cohesive culture in enterprise. Strong culture has a positive impact not only to the business itself but spread very well in the business community. This is what every corporates wants to build. Moreover, actual costs, opportunity cost, and energy plus the spiritual loss due to constantly looking for new personnel and training (in the case of former the termination of employment by the personnel policies of unsuitable) were completely removed. Treatment policy and good culture and work environment to attract qualified staff look to the company.

Secondly, corporate social responsibility for shareholder – information disclosure and transparency, companies operating efficiency and rational use of capital to increase value for the product done for any enterprise for sustainable development of the enterprise. In addition, create confidence for investors, that belief is the emotional. These decisive factors contribute to profit or destroy the value of stock shares only narrowly.

Thirdly, corporate social responsibility for supplier and consumer – is to pay on time and good communication. Once embarked on the business, keeping good relationships with suppliers of strategic significance in ensuring a stable supply for production at reasonable prices; since then, the product is classified distribution to consumers in time and quality commitments. For customers, the CSR shown in selling good products to satisfy the needs, at affordable prices, delivered on time, and safe for use. In fact, if the products meet the needs of consumers, product images and now kept in the minds of consumers. To maintain and expand market share is the goal of any business that reflects the spirit of "customer is God". Mrs. Lurita Doan is the first woman head of Service Delivery and Technical Supervisor of the U.S. government (General Services Administration) has also said "the customer is king, if you do not provide services well; you will not have a second chance, and so will not be sustainable". To build a brand and customer confidence, the business becomes much more favorable.

Fourthly, corporate social responsibility for community, for community in general, the first task is to protect the environment (also the protection of public health) and then the charity. Environmental pollution, natural resource depletion, climate change. Business environment protection, in addition to complying with government regulations is not been wasted costs negate the consequences or damages litigation. Green investments are the hot issues in many developing countries.

Corporate social responsibility reporting has become important because it helps the companies to communicate with society, consumers, workers, investors. The CSR reporting shows do the companies develop sustainably and protect

environment or not. In the information of CSR reporting, investors will consider to invest or not. A good corporate social responsibility report will increase the image and reputation of one business.

Corporate social responsibility makes a difference, brand positioning for the company. CSR has shown the role and responsibilities of "citizens", has helped build the image of a "good citizen" in the society. This is a contributing factor that helps to "position" enterprise customers, to make a difference with other businesses and bring sustainable development of enterprises. Investors will also trust in the company's ability to develop long-term and sustainable businesses, develop strategies to optimize the interests of stakeholders and the application of ethical standards in the process of decision business. Benefits followed by binding workers, attract talent and motivate the staff. Many researchers around the world showed that good people, often reputed to work in what they think is good in society and feel proud; where they can achieve personal development and participation contribute to community development.

An example about one of many companies is conducting good corporate social responsibly, that is Starbuck Company. Starbucks is the largest coffeehouse company in the world, with about 20,891 stores in 62 countries. One of the factors that make up the success of Starbucks is considered CSR as a strategy for sustainable service business. Starbuck's success is not only based on the quality of product or service but also based on the company's responsibility towards society. There are many studies on the behavior of consumers and most of them question "Why do consumers buy?" and "What they buy?" and the answer lies not with the product or service itself but with the way a company conducts itself. Starbucks Coffee has made its mark in the global coffee industry by not only delivering a quality product but also striving to benefit the local community and the environment, as well as its employees and consumers in the process. Starbucks has run its business by driving corporate social responsibility as a tool that covers the company in every sector of their business. Let's take the environment, for example. Starbucks is really concerned about affecting the environment. By utilizing innovative technologies to

improve the effectiveness in its processes, they reduce costs and at the same time they are preserving the environment. In terms of social strategies, Starbucks has splendid strategies to cooperate with its partners and stakeholders. Starbucks has created a lot of activities to encourage communities and to create long term relationships with them, which reflects on their brand. In terms of economics, Starbucks is not only thinking about its benefits but also for all parties related with their business, by following the laws of each country. Starbucks has managed to create fair trade with its suppliers, customers, and even for their competitors. It has made Starbucks very successful in its economic situation. Moreover, CSR can build competitive advantage over competitors that Starbucks gain more competitive advantage by engaging in corporate social responsibility into every part the company. Specially, the company focuses on their suppliers and partners which they have run business as sustainable together.

1.3 Disadvantages when implementing corporate social responsibility

However, in addition, we must admit that, many businesses have not done seriously its social responsibility. It is shown in the business scams, financial reporting, quality goods business, production, labor safety, intentionally causing environmental pollution. Besides, many companies that violate the law of wages, insurance, labor safety issues for workers is no longer a rare phenomenon.

Nowadays, there are different opinions about the cause of the non-implementation of social responsibility of business. Some people believe that CSR has not been legalized in all businesses. For large enterprises with export markets, as required by the customer should be forced to make social responsibility, also for small as well as medium enterprises, due to financial difficulties and lack of legal constraints many businesses understand social responsibility as "charitable contributions. Some others said that the implementation of social responsibility will increase costs for businesses, thus reducing the initial competitiveness not immediately see the immediate benefits, so that small and medium enterprises do

not want to implement social responsibility. The main reason any company would object to participating in corporate social responsibility is the associated costs. With Corporate social responsibility, the companies have to pay for environmental programs, more employee training and reduce waste management programs. Proponents of corporate social responsibility agree that any expenses to businesses are ultimately covered by stronger relationships with key customers. Though, David Vogel indicates in his Forbes article "corporate social responsibility doesn't Pay" that investment in corporate social responsibility programs may not necessary result in measurable financial results. Another challenge for companies when considering corporate social responsibility is the possible negative perception of shareholders. Historically publicly-owned companies had a primary focus of maximizing shareholder value. Now, they have to balance the financial expectations of company owners with the social and environmental requirements of other stakeholders. Some shareholders are happy to invest in companies that operate with high integrity. Some others may not approve of the aforementioned expenses of operating under CSR guidelines. In summary, the implementation of social responsibility of business is relatively difficult. The reason is so primarily due to incomplete understanding of corporate social responsibility; CSR merely be understood as charitable contributions. Second, the implementation of corporate social responsibility also caused difficulties for small businesses due to lack of capital and technical resources to implement CSR standards. The causes listed above can be attributed to three main reasons, which cause cognitive, economic reasons and legal reasons.

2 Models of corporate social responsibility

2.1 American model

The formation of the American model of CSR began in the XIX century. The main business of the United States is the maximum freedom of the subjects and that is why until now some areas of public relations remain self-regulating. Business

entities with autonomy in determining their contribution to public life are themselves taking the initiative in the field of corporate social responsibility. Thus, the distinctive feature of the American CSR model is the minimal role of the state in the activity of entrepreneurship.

Charity is widespread in the United States, and this concerns not only the arts and culture, but also education, health care, and science. Let us consider in more detail the activities of American companies in the field of CSR.

In the education, there is a connection between the interests of the state and business. Since the 1950s. The government has identified the problem of the backlog of the United States in technical education. As a result, the state and business have directed their efforts to finance engineering and natural science disciplines.

It should be noted that financial support is provided at all levels of education - from school to university and the system of personnel retraining. A striking example is the National Initiative in Mathematics and Physics, whose activities are aimed at improving the quality of American school education in the field of mathematics and physics. The activities of such a program are supported by a methodology for evaluating results.

There are also many important areas of CSR in the education to ensure equality of rights and access to education and entrepreneurship for national minorities and women. Within the United States, this activity is expressed in support of national communities and organizations of women and minorities engaged in science and technology [2].

One of the most effective and well-known tools of CSR are scholarships, funding research centers and grants. This kind of support may have a different direction. For example, if a company focuses on the development of the local community, then the money goes to support the education of children and students from poor families. At the same time, the overwhelming majority of grants are allocated to support talented young people studying specialties that are most relevant to the donor company.

Health care. Today, more than half of all medical expenses are financed, including payments for private medical insurance and direct costs to consumers of medical services [3]. And we are talking about both private business in the health sector, and financial support to the needy.

Most business financing is concentrated in the private insurance system. The state, in turn, conducts an incentive policy towards private health insurance, for example, are not taxed social packages provided by the employer to the employee. Thus, we can talk about the preferential development of mixed forms of financing in the health sector.

Among the areas of CSR in this area, programs for combating AIDS, mass epidemics and helping children in the United States and around the world are most common.

Labor safety and care for product quality. As a rule, occupational safety issues are central to the CSR production companies. The most common goal is to achieve zero mortality, as well as to prevent injuries and accidents. The leaders who have achieved the greatest success are such famous companies as Chevron and ExxonMobil.

There are also examples when a company takes responsibility for unethical behavior or for the consequences of using their products. So, Nike and Gap recognized their responsibility for the use of child labor, and the producers of alcohol, Seagram, Diageo, for traffic safety associated with the abuse of alcoholic beverages [4].

Volunteering and charity. This is another popular manifestation of CSR in the United States. Many companies support their employees who are actively involved in sponsorship, charity, or volunteer activities of the corporation. There is a practice of gratuitous work of company employees as volunteers of charitable organizations, as well as participation in various corporate programs.

2.2 European model

In contrast to the American model, the European model of CSR is not open and involves government regulation. Corporate activities are governed by the standards, norms, laws of the respective states.

In the countries of the European Union four basic CSR models: Scandinavian, Southern European, Continental and Anglo-Saxon are distinguished. Table 16 presents description.

Table 16 – Main CSR models in EU countries

Model	Continental	Scandinavian
Countries	Germany	Finland, Denmark, Sweden
	<p>Establishes a hard link between the level of social protection and the duration of professional activity.</p> <p>The model is based on the principle of actuarial equity, when the amount of insurance premiums is determined primarily by the size of insurance premiums</p> <p>The model is based on social insurance, whose services are financed mainly by contributions from employers and insured.</p> <p>Today, a significant development of the social care system leads to a modification of the model and increase the share of budget financing of social protection.</p>	<p>Social protection is the legal right of a citizen.</p> <p>Wide coverage of various social risks and life situations that require public support.</p> <p>The state assumes the function of redistributing social benefits from affluent to socially disadvantaged groups.</p>
Model	South European	Anglo-Saxon
Countries	Spain, Greece, Italy, Portugal	Ireland and the United Kingdom
	<p>The model, which has no clear organization, developing, transition.</p> <p>The level of social security characteristic of this model is relatively low, and the task of social protection is often viewed as a concern for relatives and families. Social policy is predominantly passive in nature and is focused on compensating for losses in the incomes of certain categories of citizens.</p>	<p>Active participation of the state in the development of CSR, which manifests itself in such forms as the creation of public-private partnerships in the educational sector, supporting initiatives in the field of CSR through co-financing projects, providing tax incentives, and promoting initiatives to meet national standards internationally.</p> <p>The Prime Minister created the position of Minister for CSR.</p> <p>Pronounced initiative of the business in the creation of CSR projects.</p> <p>The model is based on the universality of the social protection system - material assistance to all those in need.</p>

2.3 Asian model

As in Europe, some governments in Asia are playing an active role in creating an enabling environment that encourages business to address wider social and environmental interests, in addition to the economic imperatives of running an enterprise.

It should be noted that the Asian concept of CSR found support in the face of Confucianism, the basic principle of which is respect for people, humanity, philanthropy, and respect for elders. In the corporate sense, the introduction of social responsibility is largely a voluntary phenomenon, given the fact that the hierarchy of economic relations in Asia and the predominance of family control do not allow to fully achieve the effectiveness of corporate governance, which creates certain difficulties in implementing the principles of social responsibility.

Corporate social responsibility in Asia is developed in several directions, each of which has its own priorities and philosophy.

In characterizing the emerging Asian CSR model, the following circumstances must be taken into account:

1. It is impossible to single out one model of the Asian CSR because definitions of this concept vary from country to country, even within the Asian region. Asia is different from the rest of the world – a diverse and multifaceted both economically and culturally and linguistically.

2. At the moment, Asia is at the stage of rapid economic growth. Improving the standard of living is the main concern of Asian politicians and businessmen, that is contrasted sharply with the interests of Western countries, where all attention is focused on maintaining the existing high standard of living.

3. Asia, more than other regions, is a dynamic mixture of developed and developing economies (a vivid example of China and India).

4. The growing economic strength of Asia is in line with increasing political power. In the coming years, the political influence of China and India will increase so much that it will be relevant to talk about how the Asian vision of

corporate social responsibility can change or complement the already existing world definitions of CSR theory.

5. Asian businessmen and politicians are less dependent on established international principles and social standards than Western companies. First, as a result of the fact that the standards are not universal and are created, relying mainly on Western interests, to solve the problems of Western countries. Secondly, this is due to the desire to put in the first place issues related to economic growth, as well as the tendency of Asians to reach compromises, which differs from Western approaches based on strict observance of laws.

The original CSR model is borrowed from Western multinational companies. Since 1990, American and then European companies have begun to apply a number of principles when interacting with Asian suppliers and business partners. In a retrospective analysis, the emergence of a Code of Corporate Ethics focused on employees and environmental protection can be considered the first attempt to develop the principles of “soft law” for a globalized economy. Such attempts, inherently positively directed, often reflect the western perception of Asia, by the way, is not always true. Together with controversial Western primary sources, the first concept of CSR masked the development of three different areas tied to Asian thinking.

The first approach is based on the concept of the common good and includes the practices of Asian companies within their own country. The topic is too broad to be fully considered in this study, but the basic assumptions are situations when companies can join forces at the intersection of local conditions, public expectations, and sometimes the tendency of strong business leaders to establish or demonstrate the inheritance of the public good.

The second Asian approach to CSR is transnational companies operating outside Asia. Here there are two scenarios for the development of events with respect to developed and developing economies. For example, there is an increasing debate on how to bring the role of new transnational companies operating in emerging markets, such as Chinese companies in Africa. These companies are similar and

different at the same time from the western ones that were in this market before them and implemented the CSR model prevailing in their country.

Based on the key benchmarks of Chinese foreign policy, Chinese companies in Africa proceed from the principle of non-intervention in local state sovereignty. This approach originates from different cultural definitions of participation in public life, such as foreign interference in China's affairs in the past. Sometimes the conflict of values is obvious, as it was at the last International Economic Forum in Dalian, where Thomas Friedman, a journalist from the New York Times, and UN Under-Secretary General for Economic and Social Affairs Sha Zukann, did not agree on the question whether Chinese companies, and if so, how, to intervene in the massacre situation in Sudan, Darfur region.

The Chinese policy of non-interference, however, sometimes faces a messy local reality. Chinese oil companies in Nigeria, a country rich in internal strife, for example, faced the threat of a security breach, which is a common occurrence for companies like Shell and Chevron that have been operating in Nigeria for decades. The need for security pushes Asian oil companies to participate in initiatives that have so far been based on Western interests, such as the “Voluntary Principles on Security and Human Rights”, to protect their employees.

Consumers are worried that a large wave of Chinese, Indian and other Asian companies that not only enter, but also sometimes lead in Western markets, will conduct their business within a policy of behavior that resonates with consumer priorities that differ from those of their home markets.

Finally, with the increase in the number of Asian companies in the United States and Europe, Asian business leaders have the opportunity to demonstrate their desire to be good corporate citizens in these developed markets. This can be a link to harmonize Asian and Western views on corporate responsibility.

Eastern CSR models, therefore, differ significantly from the Western (both American and European models). If in the United States there is pragmatism, individualism, a focus on maximizing profits, improving efficiency in order to

achieve their goals (often short-term), then in the East the emphasis is on collective abilities, community, the value of a person in a team and long-term development.

2.4 Russian model

The Russian CSR model is in its infancy. Recently, however, interest in this issue has grown significantly.

Unfortunately, the Russian model of corporate social responsibility of business is being formed without state participation in this process. There are no government programs aimed at supporting and promoting corporate social responsibility in Russia.

Nevertheless, for successful implementation of activities in world markets and cooperation with Western companies, Russian corporations simply need to develop such a direction as corporate social responsibility. Consequently, the leading Russian organizations are currently initiating the formation of the Russian model of corporate social responsibility.

The main criteria for assessing the social responsibility of Russian companies on the part of society (consumers) are the quality of their products and the conscientiousness of informing about the possible harmful effects of the product. Nevertheless, information about the quality component of the products and services produced in the Corporate Social Responsibility Reports of Russian companies is usually absent, and the statement of the Russian companies about the high quality of their products or services does not always correspond to reality.

A distinctive feature of the Russian model of CSR is the following:

- the formation of a model of corporate social responsibility of Russian companies occurs without the participation of the state and society;
- the main activity of Russian companies in the field of CSR is charitable activities;
- the needs of society and the state are practically ignored in the implementation of corporate social responsibility events by Russian corporations.

Приложение Б
(обязательное)

Элементы программы КСО «Газпром-нефть»

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
1	2	3	4	5
1.Технологическое развитие	Социально-ответственное поведение	Потребители, инвесторы и акционеры, поставщики, местные сообщества	Настоящее время	Рост добычи нефти и газа; повышение качества продукции
2.Программа «Мобильный контроль»	Социально-ответственное поведение	Потребители, местные сообщества, органы государственной власти, акционеры и инвесторы	Настоящее время	Соответствие требованиям потребителя; увеличение количества потребителей; Снижение экологического воздействия при потреблении продукции
3.Развитие кадрового потенциала	Социально-ответственное поведение	Сотрудники, акционеры и инвесторы	Настоящее время	Улучшение условий труда сотрудников

Продолжение приложения Б

1	2	3	4	5
4.Промышленная и экологическая безопасность, охрана труда, энергоэффективность	Социально-ответственное поведение	Местные сообщества, органы государственной власти, сотрудники, акционеры и инвесторы	Настоящее время	Снижение затрат компании; снижение аварийных ситуаций; обеспечение достойных условий труда; минимизация воздействия на окружающую среду
5.Социальные программы поддержки населения (программа «Родные города»)	Социальные инвестиции, благотворительные пожертвования, эквивалентное финансирование, денежные гранты	Местные сообщества, органы государственной власти, общественные организации, акционеры и инвесторы	Настоящее время; Программа «Родные города» С 2013 года – настоящее время	Улучшение условий жизни населения; развитие инфраструктуры спорта, образования; развитие культуры
6.Движение корпоративного волонтерства «Личный вклад»	Корпоративное волонтерство, благотворительные пожертвования	Местные сообщества, органы государственной власти, общественные организации, акционеры и инвесторы	С 2008 года – настоящее время	Улучшение условий жизни населения

Официальный сайт ПАО «Газпром нефть». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gazprom-neft.ru>