


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра экономической теории и прикладной экономики

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

И.о. заведующего кафедрой
д-р экон. наук, профессор

 И.А. Лиман
«12» декабря 2017г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК
ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ

38.04.01 Экономика

Магистерская программа «Экономика и правовое регулирование бизнеса»

Выполнил работу
Студент 3 курса заочной формы
обучения



Федорова
Алина
Юрьевна

Научный руководитель
Канд. экон. наук, доцент



Вилков
Иван
Николаевич

Рецензент
Начальник управления
отчетности
ТУ г. Нижневартовск филиала
ООО «РН-Учет» в г. Тюмень



Кулик
Евгения
Александровна

г. Тюмень, 2017

Работа выполнена на кафедре экономической теории и прикладной экономики Финансово-экономического института ТюмГУ по направлению «Экономика», магистерская программа «Экономика и правовое регулирование бизнеса»

Защита в ГЭК
протокол от _____ № _____
оценка _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	8
1.1. Сущность и концепции корпоративной социальной ответственности	8
1.2. Механизмы реализации и управления корпоративной социальной ответственности	16
1.3. Нормативно-правовое обеспечение КСО	22
1.4. Методы измерения и оценки корпоративной социальной ответственности	28
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ КСО ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	38
2.1. Методика оценки эффективности	38
2.2. Матрица показателей оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства (ЭСИСП)	60
2.3. Влияние корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность предприятий	69
ГЛАВА 3. ВОЗМОЖНОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ ОРГАНИЗАЦИЙ	75
3.1. Рекомендации и мероприятия по совершенствованию программ.	75
3.2. Оценка социально-экономического эффекта предложенных мероприятий	87
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	95
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	101

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Процесс интеграции российского бизнеса в международное экономическое пространство формирует обязанность российских предприятий по рассмотрению вопроса повышения уровня конкурентоспособности. Одним из инструментов, способных повысить уровень конкурентоспособности отечественных предприятий, выступает корпоративная социальная ответственность (далее КСО). Использование принципов КСО способствует не только решению социальных, экономических и этических проблем предприятия, но является обеспечением соблюдения этических норм корпоративного поведения и предполагает участие бизнеса в развитии человеческого капитала и общества в целом.

На современном этапе на территории России КСО находится на этапе становления, соответственно, наблюдается повышенный общественный интерес к оценке корпоративной социальной ответственности российских предприятий. Основной причиной такого положения является то, что большое количество российских предприятий выходят на международные рынки, на которых действуют стандарты социальной ответственности хозяйствующих субъектов. На основании такого положения наиболее крупные российские предприятия на ежегодной основе занимаются публикацией отчетов об устойчивом развитии, в которых представлены итоги деятельности в области экологии, социального развития и благотворительности.

Идеи корпоративной социальной ответственности внедрены в общественное сознание, в соответствии с которым потребители все больше отказываются от покупки товаров и пользования услугами безответственных компаний, и, наоборот, стимулируют продажи товаров компаний, которые позиционируют себя в качестве социально ответственных. Результатом

такого положения является потребность большинства предприятий, деятельность которых планируется осуществлять в глобальном масштабе, быть социально ответственными, так как их имидж не будет соответствовать современным имущественным представлениям. Результатом такого положения является формирование минимального спроса на товары такого предприятия.

Отсюда следует, что российские предприятия, которые выходят на глобальные рынки, достаточно часто реализуют работу по доведению до потребителей результатов собственной работы в сфере социальной ответственности. В данном случае особое внимание акцентируется на повышение актуальности вопросов корпоративной социальной ответственности в современных геополитических условиях. Соответственно, эффективное развитие импортозамещения предполагает необходимость кардинального увеличения конкурентоспособности российских предприятия, что, в свою очередь, невозможно без учета аспектов корпоративной социальной ответственности.

Степень разработанности проблемы. В составе отечественных авторов особый вклад в развитие корпоративной социальной ответственности было внесено конкретными учеными, а именно: И. А. Юрасов, Г. Л. Тульчинский, Н. В. Кричевский, С. Ф. Гончаров, С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова, Е. С. Чернов, Е. С. Григорян, А. Е. Костин. Основные подходы, связанные с развитием корпоративной социальной ответственности представлены в работах следующих авторов: Д. Маттен, Дж. Мун, М. Фридман, А. Кэрролл, Р. Стэнли, М. Портер. Процессами разработки теоретических и методологических аспектов конкурентоспособности предприятия занимались следующие отечественные и зарубежные авторы: Р. А. Фатхудинов, М. И. Гельвановский, М. И. Кныш, Е. И. Мазилкина, Х. А. Фасхиев, Ж. Ламбер, М. Портер, Ф. Котлер. Таким образом, особой актуальностью обладает вопрос увеличения конкурентоспособности предприятия в рамках КСО,

соответственно, существенное внимание необходимо акцентировать на вопросы корпоративной социальной ответственности.

Цель магистерской диссертации заключается в рассмотрении корпоративной социальной ответственности в качестве инструмента повышения конкурентоспособности предприятия.

Для достижения представленной цели необходимо решить следующие задачи:

- раскрыть сущность и концепции корпоративной социальной ответственности;
- определить механизмы реализации и управления корпоративной социальной ответственности;
- рассмотреть нормативно-правовое обеспечение КСО;
- отразить методы измерения и оценки корпоративной социальной ответственности;
- выбрать методику оценки эффективности;
- разработать матрицу показателей оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства;
- проанализировать влияние корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность предприятий;
- разработать рекомендации по совершенствованию программ;
- составить оценку социально-экономического эффекта предложенных мероприятий.

Предметом исследования в магистерской диссертации является корпоративная социальная ответственность.

Объектом исследования являются предприятия нефтегазовой отрасли: ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром».

Теоретической и методологической основой магистерской диссертации являются труды как отечественных, так и зарубежных авторов по вопросам

взаимодействия конкурентоспособности и корпоративной социальной ответственности.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в следующем:

1. Сформулирована взаимосвязь конкурентоспособности и корпоративной социальной ответственности на основании выборки ведущих российских предприятий нефтегазовой отрасли, которые публикуют отчеты о финансовой и социальной деятельности в открытом доступе.

2. Сформирована модель оценки корпоративной социальной ответственности.

3. Проведена оценка эффективности корпоративной социальной ответственности ведущих российских предприятий нефтегазовой отрасли.

Практическая значимость работы. Результаты проведенного анализа корпоративной социальной ответственности в ведущих предприятиях нефтегазовой отрасли позволяют выявить основные элементы КСО, которые могут применяться на других предприятиях.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1. Сущность и концепции корпоративной социальной ответственности

Одним из ключевых составляющих управления современной предпринимательской деятельностью выступает образование корпоративного имиджа, деловой репутации, социальной ответственности. Подтверждением этого является отказ большинства потребителей покупать продукцию социально безответственных компаний, в том числе случаи банкротства таких корпораций, как Enron and WorldCom, наличие несостоявшихся сделок из-за низкого уровня доверия клиентов.

Корпоративный имидж представляет собой общее представление, которое формируется у человека относительно предприятия. Деловая репутация - это определенные ценностные характеристики, вызванные сложившимся корпоративным имиджем. В состав таких характеристик необходимо отнести: честность, ответственность, порядочность и др. [5, с. 63]

На современном этапе наблюдается усиление зависимости деловой репутации от отношений к предприятию как покупателей, партнеров и клиентов, так и общества в целом. По мнению компании HillandKnivlton отмечается, что 90 % опрошенных биржевых аналитиков придерживаются мнения о том, что компания, которая не занимается мониторингом собственной репутации, ждет финансовый крах. Необходимость деловой репутации, в первую очередь, связано с привлечением серьезных партнеров и инвестиций. Западные эксперты сходятся во мнении о том, что со стороны российских предприятий происходит утрата 10 млрд. долл. прямых инвестиций в связи с низким уровнем деловой репутации. Такое положение

формируется даже при условии существенного занижения стоимости активов отечественных предприятий [5, с. 64].

На территории России совокупность мероприятий, направленных на совершенствование деловой репутации акцентирует внимание, в первую очередь, на западных инвесторов. Формирование такого положения связано с действием определенных причин, а именно [25, с. 34]:

- емкость российского инвестиционного рынка характеризуется ограниченностью;
- со стороны финансовых структур наблюдается нежелание кредитовать крупные инвестиционные проекты в промышленной сфере;
- на получение кредитов оказывает влияние уровень неформальных отношений между владельцами или топ-менеджерами предприятий и банковской организации.

Потенциальные инвесторы, в первую очередь, акцентируют внимание на следующие элементы, а именно [25, с. 35]:

- открытость предприятия, которая в соответствии с инвестиционной точкой зрения предполагает прозрачность финансов и корпоративной стратегии;
- репутации предприятия, как на рынке, так и в обществе;
- финансовые показатели предприятия.

На современном этапе рассмотрение деловой репутации осуществляется в качестве стратегического преимущества предприятия. Для его полного применения предприятию необходимо формировать деловую репутацию, направленную на повышение ценности предприятия перед работниками, партнерами и местным сообществом.

Корпоративная социальная ответственность предпринимательской деятельности представляет собой концепцию, в рамках которой происходит отражение добровольного решения предприятия принимать участие в совершенствовании общественной жизни и защите окружающей среды. Кроме того, корпоративная социальная ответственность бизнеса может

рассматриваться в качестве добровольного вклада бизнеса в процессе развития общества с социальной, экономической и экологической областях, которые имеют прямую связь с основной деятельностью предприятия и выходят за границы установленного законом минимума.

В результате развития представленного понятия были сформированы три основные концепции корпоративной социальной ответственности, а именно [5, с. 36]:

- концепция корпоративного эгоизма была представлена М. Фридманом в 1971 г. В соответствии с этой концепцией установлена, что единственной ответственностью бизнеса является повышение суммы прибыли для собственных акционеров. Этот исследователь отмечал, что борьба с бедностью является функцией государства, а не частного бизнеса.

- концепция корпоративного альтруизма была представлена Комитетом по экономическому развитию США. В соответствии с этой концепцией устанавливается, что бизнесу необходимо проявлять заботу не только о повышении прибыли. Предприятия, являясь открытыми системами, не могут самоустраняться от социальных проблем, так как принимают участие в процессе лоббирования законов, оказывают спонсорскую помощь партиям и общественным движениям. Соответственно. Предприятиям необходимо осуществлять вклад в решение общественных проблем, повышения качества жизни граждан и сообщества в целом, а также сохранения окружающей среды.

- Концепция разумного эгоизма. В соответствии с этой концепцией установлено, что затраты, связанные с осуществлением благотворительных и социальных программ способствуют снижению текущей прибыли, однако, в долгосрочной перспективе способствуют формированию благоприятного социального окружения, соответственно, устойчивой прибыли за счет узаконенного уменьшения налогооблагаемой базы предприятия.

- Интегрированная концепций предполагает, что концентрация благотворительности и социальной активности предприятия должна

осуществляться в определенной области, которая связана с основным направлением деятельности предприятия. Ключевым достоинством представленной концепции является смягчение противоречий между интересами предприятия и общества.

– Нормативно-инструментальная концепция предполагает, что корпоративная социальная ответственность признается средством диалога с внешним окружением предприятия, за счет которого имеется возможность управления риском возникновения неожиданных нормативных требований. Предприятие, осуществляющее эффективные коммуникации с социальным окружением, формирует определенные инвестиции в собственные нематериальные активы, что обеспечивает гарантии против «моральной агрессии» со стороны внешней среды. Соответственно, этические инвестиции одновременно являются инструментальными и нормативными.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность признается многоуровневой структурой и может быть представлена в качестве пирамиды КСО, составленной А. Кероллом (рис. 1.1).

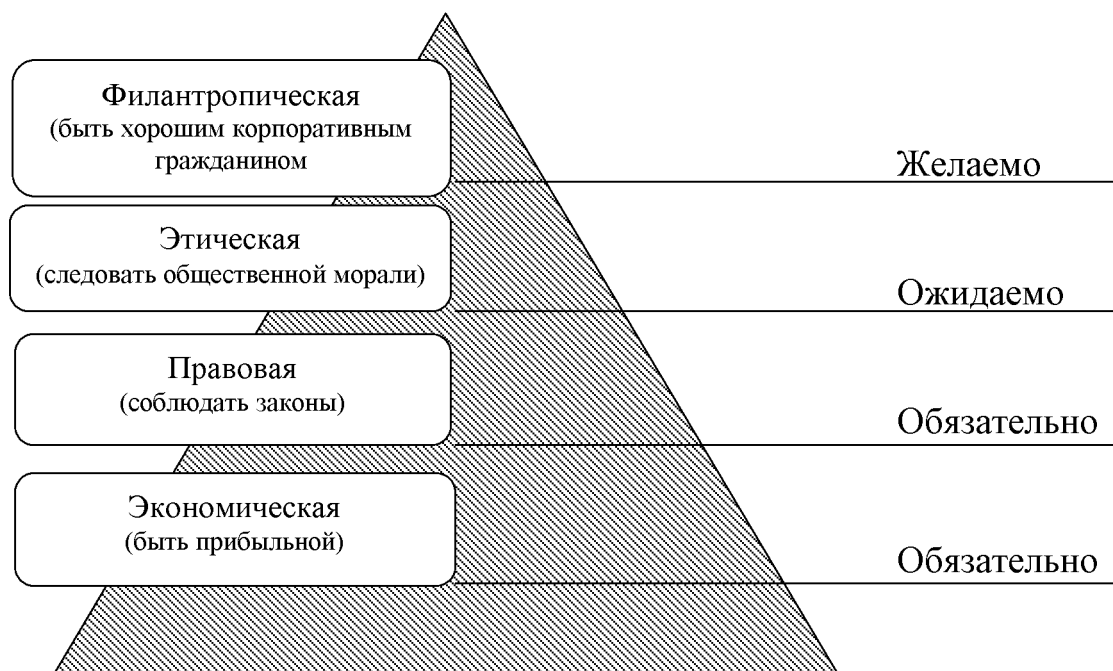


Рисунок 1.1. Модель пирамиды корпоративной социальной ответственности (пирамида КСО А. Керолла)

Источник: [19, с. 169]

Основанием модели КСО, представленной на рисунке 1.1, является экономическая ответственность, определение которой осуществляется базовой функцией предприятия в качестве производителя товаров и услуг. Правовая функция предполагает потребность в законопослушности предпринимательской деятельности, а также ее соответствия правовым нормам. Экологическая ответственность представляет собой потребность в формировании бережного отношения к окружающей внешней среде, соблюдение экологических нормативов и стандартов, применение природных ресурсов совместно с деятельностью по их воспроизводству. Филантропическая деятельность представляет собой поддержание и развитие благосостояния общества за счет добровольного участия в осуществлении социальных программ. Этическая ответственность – фактическое соответствие деловой практики предприятия моральным нормам.

Предприятие, в рамках которой происходит применение концепции корпоративной социальной ответственности, должно выполнять определенные роли, а именно [19, с. 170]:

- работодатель, деятельность которого направлена на создание привлекательных рабочих мест и платит своим работникам «белую» заработную плату;
- производитель, который занимается производством качественной продукции и услуг;
- налогоплательщик, который оплачивает все налоги в соответствии с законодательством;
- заемщик капитала, который погашает кредиты в установленные сроки и осуществляет выход на международные фондовые рынки;
- бизнес-партнер, демонстрирующий добросовестную деловую практику в отношении собственных партнеров;
- корпоративный гражданин, который занимается предотвращение отрицательных результатов собственной деятельности, занимает поддержкой социального благополучия;

– член общественных организаций, который вносит вклад в образование гражданского общества.

Так, происходит выделение трех основных компонентой корпоративной социальной ответственности в зависимости от направленности действий, а именно [21, с. 8]:

– социальные обязательства, которые представляют собой обязательства предпринимательской деятельности, нацеленные на реализацию собственных экономических и юридических обязанностей перед обществом;

– социальной реагирование является способностью предприятия адаптироваться к изменяющимся условиям общества. Основными примерами социального реагирования являются реализация программы повышения уровня грамотности населения, повышение уровня благосостояния гражданина и др.;

– собственно социальная ответственность, которая представляет собой обязательство предприятия преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятые на себя сверхтребуемого в соответствии с законодательством или экономическими условиями.

Отсюда следует, что в соответствии с концепцией социальной ответственности, экономическая эффективность производственного процесса не может выступать в качестве самоцели предпринимательской деятельности, а должна быть направлена на гармоничное развитие общества в целом.

В состав факторов, которые оказывают влияние на укрепление взаимосвязи частного бизнеса и общества, необходимо отнести [21, с. 8]:

– глобализация, иными словами деятельность транснациональных корпораций, которые показывают другим участникам рынка социально ответственное поведение;

- конкуренция, иными словами социально ответственное поведение выступает в качестве фактора конкурентоспособности предприятия;
- обеспокоенность потребителей основными методами осуществления предпринимательской деятельности;
- увеличение доли среднего класса;
- государственная политика.

В зависимости от состава компонентов выделяют американскую и европейскую модели корпоративной социальной ответственности (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Сравнение американской и европейской модели корпоративной социальной ответственности

Компоненты	Американская модель	Европейская модель
Экономическая ответственность	Соответствует ведущим принципам корпоративного управления, наличие достойного вознаграждения, защита потребителя	Имеются законодательно установленные границы поведения по ключевым вопросам: длительность рабочей недели, МРОТ, регулирование сверхурочных работ, правила производства и тестирования медицинских лекарств
Юридическая ответственность	Низкий законодательно установленный уровень правил поведения предприятий	Наличие глубоко проработанного законодательства о правилах поведения бизнеса
Этическая ответственность	Ключевое направление на получение поддержки местного сообщества	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты
Благотворительность	Спонсирование искусства, культуры, университетского образования	В связи с высоким налоговым бременем происходит перенесение ответственности за финансирование культуры и образования на государство

Источник: [32, с. 468]

Кроме того, в зависимости от всей совокупности положений необходимо различать три основные национальные модели корпоративного управления, а именно: американскую, европейскую и британскую.

В большинстве государств, таких как: США, Германия, Великобритания, Швейцария, Швеция, Индия, Япония, действуют предприятия, которые осуществляют мониторинг социальной и экологической документации предприятия. К примеру, в Правительстве Великобритании при премьер-министре имеется должность министра по социальной ответственности компаний.

Рассмотрим основные этапы эволюции корпоративной социальной ответственности [30, с. 470]:

1) социальное партнерство, в соответствии с которым происходит распределение ответственности между бизнесом, властью и обществом при решении общественно значимых вопросов, в том числе формирование механизмов общественного контроля над выполнением государством собственных социальных обязательств;

2) социальные инвестиции, которые предполагают осуществление перехода предприятий от благотворительности к акцентированию внимания на инвестиции на национальном и региональном уровнях, которые направлены на решение проблем в сфере занятости, борьбы с бедностью, образования, охраны здоровья и окружающей среды;

3) корпоративное гражданство, представляющая собой взаимную ответственность предпринимательской деятельности и власти перед обществом в соответствии с предпринимательскими интересами. Корпоративное гражданство представляет собой сопоставление поведения современных корпораций с поведением граждан, которые реализуют ответственность перед обществом.

Процесс образования корпоративного гражданства, по мнению некоторых специалистов, представляет собой осуществление перехода современного менеджмента от концепции тотального управления качеством к социально ориентированной концепции управления. Результаты реализованного на территории России исследования свидетельствуют о том,

что в состав основных приоритетов корпоративной социальной ответственности необходимо отнести:

- 1) выпуск качественной продукции;
- 2) соблюдение законов и норм законодательства;
- 3) осуществление уплаты налогов в полном объеме;
- 4) меры, направленные с устранением загрязнения окружающей среды;
- 5) проявление заботы о собственных работниках.

1.2. Механизмы реализации и управления корпоративной социальной ответственности

Процесс управления хозяйственной деятельностью предприятия при осуществлении политики социальной ответственности предполагает необходимость разработки особых управления технологий, а именно – социально-корпоративных. Социально-корпоративные технологии представляют собой определенного рода систему согласованных взаимоотношений работодателей и наемных сотрудников при осуществлении современной производственной деятельности. При этом производственная деятельность рассматривается в качестве комплекса методов управления экономическим, профессиональным и общественным поведением участников корпоративных объединений, деятельность которых направлена на достижение совместных общественно значимых целей.

Процесс управления социально-корпоративными технологиями включает в себя как экономические, так и социальные программы предприятий, которые применяются при реализации политики социальной ответственности. Процедура разработки внутрифирменного механизма мотивации трудовой деятельности включает в себя следующие действия [23, с. 209]:

- формирование мотивирующей модели оплаты трудовой деятельности;
- образование обучающей системы для сотрудников предприятия;
- составление системы внутрифирменных источников инвестирования и др.

В состав процесса разработки внутрифирменного механизма мотивации социальной ответственности сотрудников предприятия необходимо отнести:

- институциональное оформление корпоративной идеи;
- формирование системы поиска и обновления стратегических целей корпорации;
- формирование системы «корпоративного гражданства»;
- формирование системы «сопричастности к территории» («малая Родина»).

Отличительной особенностью социально-корпоративных технологий по сравнению с социальным партнерством, является прагматическая задача, а именно – поддержание конкурентоспособности предприятия. Соответственно, социально-корпоративные технологии оказывают помощь в образовании отношений между работодателем и наемным сотрудников в исключительно другом порядке по сравнению с социальным партнерством.

Существенной стадией внедрения принципов социальной ответственности на предприятии выступает процесс обучения работников. Такое положение, в первую очередь, распространяется на руководителей предприятия и начальников служб и отделов, так как на них возлагается ответственность за реализацию совокупности мероприятий по увеличению социальной ответственности, а также разработки корпоративных кодексов и др. Высшее звено управления имеет возможность повышения квалификационного уровня в вузах страны и обучающих центрах по направлению «социальная ответственность бизнеса» [40, с. 54].

На стадии обучения руководителей служб и структурных подразделений программы, связанные с образованием политики социальной ответственности являются узкопрофессиональными, нацеленными на функционирование конкретных подразделений предприятия, они должны включать в себя комплекс общих вопросов. Помимо этого, существенным моментом является формирование внутрифирменных обучающих программ для персонала. Преподавателями в данном случае могут быть работники, которые прошли обучение.

«Экономика участия» представляет собой экономическую систему, в рамках которой наемные работники принимают участие в хозяйственной структуре общества, иными словами, становятся собственниками. За счет слияния работника и собственника в одном лице происходит некоторое сближение интересов субъектов корпоративных отношений; трудовой коллектив характеризуется возникновением заинтересованности в итогах трудовой деятельности и в дальнейшем развитии предприятия. Благодаря такому положению имеется возможность достижения институциональных целей предприятия, что способствует устойчивому, безопасному и конкурентному развитию.

Схемы практического участия трудового коллектива в функционировании предприятия могут быть разделены на три основные подгруппы, а именно [42, с. 6]:

- участие в прибыли предприятия;
- участие в процессе управления;
- участие в собственности.

Разрешение совокупности корпоративных противоречий осуществляется благодаря сочетанию форм участия, что формирует синергетический эффект, при котором система участия совершенствует положительный эффект другой системы. Ключевым сочетанием является совместное использование основных схем участия в собственности и схем участия в управлении, являющееся наиболее результативным.

Формы социальных инвестиций характеризуются многообразием, так как большое количество бизнес-проектов имеют связь с социально ответственным инвестированием. В настоящее время отсутствует четкое определение понятия «социально ответственное инвестирование». Такое положение не является случайным, так как представленный институт имеет общественный характер и находится в зависимости не от правовых норм, в от добровольных решений непосредственного инвестора, принятие которого осуществляется под действием комплекса обстоятельств.

Так, социально ответственное инвестирование представляет собой стратегию инвестирования, которая состоит не только в извлечении финансовых доходов, но и в реализации социальных целей, как правило, путем инвестирования в предприятия, которое действует с соблюдением этических норм. В узком смысле социальное инвестирование представляет собой прямое инвестирование в человека, в широком смысле – определенная форма социально ответственного инвестирования.

Для характеристики социального маркетинга необходимо использовать определенные признаки, а именно [39, с. 187]:

- рассмотрение социального маркетинга в качестве систематического процесса планирования и принятия решений на основании анализа ситуаций и определения целей; направлением социального маркетинга является решение социальных, экологических, культурных, образовательных и прочих задач;
- в соответствии с социальным маркетингом предполагает систематическое развитие маркетинговой концепции, которая предполагает использование разнообразных инструментов маркетинга.

Отсюда следует, что социальный маркетинг представляет собой определенный вид маркетинга, который состоит в разработке, реализации и контроле социальных программ, нацеленных на увеличение уровня восприятия некоторых слоев общественных конкретных социальных идей, движений или практических действий. Социальный маркетинг, реализуемый

в промышленной сфере, включает в себя конкретные цели, а именно [39, с 189]:

- достижение согласия между производителем и потребителем продукции по поводу продажи качественной, экологически безопасной продукции;
- увеличение уровня реализации и совершенствование имиджа предприятия благодаря повышению лояльности потребителей к его продукции;
- увеличение степени интеллектуального капитала предприятия за счет применения социальных программ развития персонала;
- совершенствование трудовой дисциплины, уменьшение уровня текучести кадров за счет предоставления работникам полного «социального пакета».

Рассмотрим основные направления социальной помощи. На современном этапе применяется большое количество различных направлений социальной помощи бизнесу обществом. Разновидностями такой помощи являются: спонсорство, патронаж и др.

Благотворительность представляет собой финансовую или другую поддержку общественных объединений, культурных и спортивных организаций и их программ, которая реализуется коммерческими структурами на безвозмездной основе. Отличительной особенностью благотворительности от спонсорства является то, что отсутствуют неформальные обязательства со стороны тех, кто получил поддержку.

Совсем недавно благотворительная деятельность стала регламентироваться в соответствии с положениями действующего законодательства. Таким образом, в настоящее время действует такой закон, как «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций». Благодаря принятию такого закона, благотворительность стала наиболее прозрачной для государства и удобной для предпринимательской деятельности [37, с. 18].

В соответствии с разработанной схемой денежные средства поступают от благотворителей получателю, он передает в управляющую компанию для инвестирования, при этом прибыль не подлежит обложению налогами и направляется на удовлетворение социальных потребностей получателя. До настоящего времени благотворительная деятельность характеризовалась спонтанностью. Со стороны предприятий практически отсутствовал контроль того, каким образом происходит расходование благотворительных средств. Мотивы осуществления благотворительной деятельности, как правило, не имеют экономического характера. Большое количество опрошенных свидетельствуют о том, что благотворительность, в первую очередь, оказывает влияние не на собственно экономические показатели, а на совершенствование имиджа, взаимодействия с партнерами, деловой средой, властями. На территории России благотворительная деятельность признается в качестве источника дополнительных сборов с предпринимателей, которые не нормируются и расходуются совершенно бесконтрольно. В худших случаях такие средства направляются на осуществление коррупционных сделок и являются маскировкой передачи взятки чиновникам.

В широком смысле меценатство представляет собой безвозмездное покровительство наук и искусства, которое имеет связь с процессом финансирования определенных социально значимых проектов в этих сферах деятельности. Этот способ поддержки не предполагает получение определенной личной выгоды, связанной с финансированием таких проектов.

Патронаж представляет собой осуществление долгосрочного и организационного покровительства, которое оказывается коммерческой структурой общественному объединению, организации социальной или культурной сферы. В соответствии с патронажем предполагается возникновение неформального, личностного обязательства представителей патронируемой организации. Спонсорство представляет собой, как правило, в основном финансовый вклад предприятий в определенные социальные или культурные проекты [22, с. 34].

1.3. Нормативно-правовое обеспечение КСО

В настоящее время нормативно-правовая основа регулирования отношений корпоративной социальной ответственности включает в себя 3 основных уровня, а именно [11, с. 15]:

- государственный, который включает в себя общие нормы, правила и стандарты;
- корпоративный, в состав которого относятся Кодексы поведения для группы компаний одной отраслевой принадлежности. Их разработка осуществляется профессиональными ассоциациями, и носят рекомендательный характер;
- внутрикорпоративный, представленный внутрикорпоративным Кодексом поведения, этическими кодексами компании, разработка которых осуществляется непосредственно компаниями с целью закрепления обязательных для компании правил.

В рамках мировой практики социальной ответственности восприятие предпринимательской деятельности осуществляется в качестве прагматичного направления бизнеса, который ориентирован на увеличение деловой репутации предприятия, формирование сбалансированных отношений со всеми группами воздействия. Организация посредством направления части собственных ресурсов на пользу общества, формируя более лояльную к компании среду, уменьшают степень регулирующего вмешательства государства. В соответствии с социальной ответственностью бизнеса предполагается уровень, который превышает определенный законом минимум. Несмотря на такое положение, вопрос регулирования представленного процесса является актуальным и в настоящее время [11, с. 16].

Российская Федерация по сравнению с другими европейскими странами характеризуется отсутствием законодательного закрепления

корпоративной ответственности и его добровольным характером. В состав наиболее заметных российских документов, которые характеризуют и регламентируют социально ответственное поведение предприятий, необходимо отнести [11, с. 17]:

- социальную хартию российского бизнеса, которая была разработана Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП);

- кодекс предпринимательской этики, который был разработан Торгово-промышленной палатой РФ (ТПП РФ) «12 принципов ведения дел в России»;

- меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, который был утвержден Ассоциацией менеджеров в России.

Таким образом, рекомендации, связанные с применением в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности «Базовые индикаторы результативности», которые были подготовлены РСПП, для продвижения идеи Социальной хартии российского бизнеса. Этот документ содержит в себе индикаторы и соответствующие им показатели экономической, социальной и экологической результативности предприятия. В данном случае основные сведения, связанные с вопросами корпоративной социальной ответственности, отражаются в обобщенной и последовательной форме. При этом происходит раскрытие сведений в нефинансовом отчете, с включением в него помимо экономических результатов нефинансовых показателей, которые характеризуют эффективность отдачи нематериальных активов предприятий.

Российский бизнес достаточно давно разделяет мнение иностранных коллег о необходимости ведения взвешенной и последовательной социальной политики и формирования социальной отчетности в качестве эффективного инструмента взаимодействия со стейкхолдерами, в том числе в качестве повышения капитализации предприятия. Выполнение социальной

отчетности крупного предприятия должна осуществляться на основании ведущих мировых стандартов и предполагает необходимость проведения обязательного независимого аудита, так как ее показатели оказывают значительное влияние на капитализацию бренда, и является индикатором привлекательности предприятия.

Началом активного этапа нефинансовой отчетности на территории России является период 2000-е гг. Так, в 2004 г. Российским Союзом Промышленников и Предпринимателей (РСПП) была выпущена российская модель социальной ответственности, а именно – Социальная хартия российского бизнеса. В 2006 г. в состав РСПП было включено примерно 280 компаний, которые внедрили практику социальной отчетности в собственную работу, а также был проведен тщательный анализ на основе 40 из них, которые отразили положение с КСО в 10 ведущих отраслях экономики России. В данном случае были зафиксированы некоторые тенденции. Развитие нефинансовой отчетности имело связь с общей информационной открытостью предприятия. Наибольшее распространение получила идея о том, что благодаря устойчивому развитию предприятия происходит формирование благоприятных условий для реализации долгосрочных стратегий развития бизнеса за счет соблюдения баланса интересов заинтересованных сторон [11, с. 17].

В соответствии с планами, социальный отчет должен был использоваться в качестве инструмента повышения качества корпоративного управления и средства увеличения уровня прозрачности в деятельности предприятия для совершенствования диалога с социальными партнерами, как для работников, так и для властных структур, инвесторов и партнеров. Ключевыми акцентами социального отчета на территории России являются работа с персоналом, благотворительность и развитие региона. Российскими предприятиями в составе вопросов социальной политики были выделены следующие элементы, а именно: повышение уровня квалификации и образования, система мотивации; охрана здоровья и улучшения условий

труда; добровольное медицинское страхование; корпоративные пенсионные фонды и др.

Наиболее логичным является то, что лидерами нефинансовой отчетности являются наиболее крупные компании России в сфере нефтегазовой и металлургической промышленности, электроэнергетики и финансового сектора, которым принадлежит ведущее положение в рейтинге и которые вносят наибольший вклад в благосостояние государства. Большое количество представленных предприятия признаны градообразующими и имеют отношение к социальным затратам в качестве социальных инвестиций в благоприятные условия для развития предпринимательской деятельности. С их стороны осуществляется позиционирование себя в качестве катализаторов инновационных изменений, которые способствуют формированию нового уровня социально-экономического развития государства. Помимо этого наблюдается ежегодный рост количества наиболее крупных российских предприятий, которые занимаются внедрением КСО.

Большое количество предприятий применяют годичный цикл отчетности. В то же время наблюдается увеличение количества компаний, принявших добровольное решение применения или перехода на двухгодичный цикл. Кроме таких компаний, как «Лукойл» и «Полюс Золото», представленный подход применяются «Газпром», «СУЭК», «Трансаэро» и другие наиболее крупные предприятия.

На современном этапе система формирования социальной отчетности характеризуется недостаточной распространенностью не только в связи с небольшим интересом бизнеса к проблемам социальной отчетности, но и в связи с нехваткой практического опыта и специалистов. В качестве наиболее актуальной задачи для российского бизнеса на ближайшую перспективу является проведение качественной проработки международных стандартов и превращение их в эффективный инструмент диалога с внешним миром. В долгосрочной перспективе имеется возможность формирования

национальной стратегии социальной ответственности бизнеса и разработка централизованного национального стандарта отчетности в России.

В качестве одного из направлений правового регулирования социальной ответственности предпринимательской деятельности со стороны государства является ее нормативное отражение в региональных законах, которые направлены на развитие малого и среднего предпринимательства. Как правило, такое положение направлено на механизм социального партнерства в регионе и благотворительной политике. В состав наиболее существенных законов необходимо включить [11, с. 19]:

– закон Владимирской области № 90-ОЗ от 07 октября 2010 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства во Владимирской области» в составе основных форм сотрудничества органов власти и субъектов предпринимательства представлено «взаимодействие при разработке механизмов, побуждающих субъекты малого и среднего предпринимательства к занятию благотворительной деятельностью, меценатству и поддержке общественных инициатив»;

– Закон Сахалинской области № 9-ОЗ от 16.02.2009 «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в Сахалинской области». Этот нормативно-правовой акт акцентирует внимание на потребность в информировании населения относительно участия субъектов малого и среднего предпринимательства в реализации социальных проектов, в том числе относительно их участия в благотворительной деятельности;

– Законопроект Республики Саха (Якутия) «О социальной ответственности бизнеса». Его ключевая цель заключается в правовом регулировании взаимоотношений органов власти, предпринимательства и населения в социальных, экономических и экологических сферах деятельности.

Применительно к региональному уровню в некоторых регионах России имеются собственные разработки в сфере корпоративной социальной ответственности и ее оценки и регулировании органами государственной

власти и управления, общественными организациями. В их составе выделяется «Методика оценки добровольной корпоративной социальной ответственности организаций Саратовской области». Так, в соответствии с Постановлением Правительства Саратовской области от 07.03.2008 № 88-П «О добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области» была утверждена непосредственно методика и порядок определения ежегодного рейтинга добровольной корпоративной социальной ответственности организаций.

Так, союзом работодателей Ростовской области – региональным отделением РСПП был разработан и принят «Кодекс социально ответственного бизнеса Ростовской области». В кодексе представлена основная миссия бизнеса, а именно – достижение устойчивого развития самостоятельных и ответственных предприятий, отвечающее долгосрочным экономическим интересам бизнеса, что способствует безопасности и благополучию жителей Ростовской области, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека.

Особое внимание необходимо акцентировать на «Стандарт корпоративной социальной ответственности предприятий Воронежской области», ключевая цель которого состоит в образовании системного видения корпоративной социальной ответственности и активизации социально ответственного поведения предприятий Воронежской области.

Кроме того, представленные региональные документы имеют различия, а именно: в Саратовской и Иркутской областях внимание акцентировано на количественные показатели, в которых выражается социальная ответственность, в Ростовской области – на декларирование основных положений, которые характеризуют содержание социально ответственного поведения предприятий. В рамках Воронежского стандарта происходит учет методики, предложенной Кричевским и разработки саратовских коллег.

Таким образом, регулирование процесса корпоративной социальной ответственности идет на двух уровнях. Как на внутрикорпоративном, так и

на государственным. Несмотря на отдельные попытки региональных властей зарегламентировать социально ответственное поведение бизнеса, основной движущей силой регулирования данного процесса остается социальная отчетность. В ближайшее время будет происходить формирование и становление этого важнейшего инструмента регулирования социальной ответственности с учетом национальных особенностей и передовых практик.

1.4. Методы измерения и оценки корпоративной социальной ответственности

Процесс, связанный с разработкой и совершенствованием теории корпоративной социальной ответственности, свидетельствует о возникновении перед научным обществом проблемы, связанной с измерением совокупного вклада предприятия в социально-экономическое развитие общества. Измерение суммарного вклада предпринимательской деятельности в благополучие местного сообщества осуществляется благодаря различным методам с применением как количественных, так и качественных критериев. В то же время в настоящее время отсутствует единый критерий такой оценки, по итогам которого ни один из них не признается универсальным (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Характеристики основных методов оценки корпоративной социальной ответственности

Методы оценки	Критерии оценки	Недостатки
Метод тройного итога	Экономические показатели; Экологические показатели; Социальные результаты деятельности	Не осуществляется учет характера взаимоотношений и форм взаимодействия компании со всеми стейкхолдерами, в том числе эффективность такого взаимодействия
Метод сбалансированной карты оценки	Финансовые показатели; Отношения с клиентами; Внутренние бизнес-процессы;	Не происходит рассмотрения характера взаимоотношений и формы взаимодействия с государством и местным обществом, в том числе

Продолжение таблицы 1.2

Методы оценки	Критерии оценки	Недостатки
	Инновации и обучение	экологических результатов деятельности предприятия
Метод Лондонской группы сравнительного анализа	Социальная вовлеченность предприятий	Не осуществляется учет финансовых и экологических показателей, а также взаимоотношения и взаимодействия со всеми стейкхолдерами
Стандарт SA 8000	Социальные элементы системы управления предприятия	Не осуществляется учет экономических и экологических показателей, в том числе внешней социальной активности предприятия
Европейская модель качества	Качество продукции представляет собой ответственность перед потребителями	Не осуществляется учет финансовых и социальных итогов деятельности предприятия, а также взаимоотношений с государством и местным сообществом
Индекс корпоративной благотворительности	Благотворительность представляет собой взаимоотношения с основными партнерами	Не осуществляется учет экономических и экологических итогов функционирования предприятия, взаимоотношения с государством
Социальный индекс	Внутренние и внешние социальные программы	Не происходит рассмотрения экономических и экологических итогов функционирования предприятия, взаимоотношения с органами власти
Индекс устойчивости Доу Джонса	Экономическая основа для развития предприятия представляет собой социальную активность – экологическую деятельность	Не осуществляется расчет характера взаимосвязей и форм взаимодействия предприятия по всеми стейкхолдерами; Невозможно осуществлять оценку всех предприятий
Индекс FTSE 4Good	Финансовые, социальные и экологические показатели предприятия, которые не относятся в состав «запрещенных отраслей»	Не осуществляется учет характера взаимосвязей и форм взаимодействия предприятия со всеми стейкхолдерами; Невозможно осуществлять оценку всех предприятий
Индекс Domini Social Investment	Социальные и экологические показатели наиболее крупных по капитализации предприятий, которые не относятся к «запрещенным отраслям»	Не осуществляется учет характера взаимосвязей и форм взаимодействия предприятия со всеми стейкхолдерами; Невозможно осуществлять оценку всех предприятий

Источник: [11, с. 25].

Осуществление полной и достоверной оценки социальной ответственности предполагает необходимость применения исчерпывающих сведений относительно всех элементов деятельности предприятия.

Ключевым документом, который представляет собой источник комплексной информации о функционировании предприятия в социальной, экономической и экологической сферах, выступает социальный (нефинансовый) отчет. Кроме того, социальный отчет является инструментом коммуникации предприятия со всеми заинтересованными сторонами. Отсюда следует, что на основании анализа сведений, которые представлены в социальных отчетах компании, необходимо определить некоторые критерии. Благодаря таким критериям имеется возможность оценки степени развития и определения специфики корпоративной социальной ответственности, как самого предприятия, так и отдельного региона, а также страны в целом.

Рассмотрим критерии более подробно [11, с. 28].

1. Сущностное понимание корпоративной социальной ответственности, иными словами, то, что российский бизнес понимает под социальной ответственностью. На современном этапе имеется несколько подходов, используемых для определения этого понятия. В то же время большое количество исследователей понимают корпоративную социальную ответственность в качестве добровольного вклада предпринимательских структур в развитие общества в социальной и экономической сферах. Таким образом, такой подход используется для определения сущности корпоративной социальной ответственности. При составлении сущностного понимания корпоративной социальной ответственности, за счет предпринимательской структуры происходит определение места и роли представленных практик в развитии бизнеса, в том числе акцентировать внимание на разные аспекты социальной ответственности, которые способствуют формированию определенных результатов в предпринимательской деятельности.

2. Доступность, прозрачность и достоверность представленных сведений выступает в качестве одного из ключевых критериев оценки степени социальной ответственности бизнеса. При предоставлении неполных

сведений о социальной и экологической деятельности наблюдается слабая социальная активность предприятия. Прозрачность представляет собой высокий уровень структурированности сведений, удобство ее преобразования в легко читаемые форматы. В качестве наиболее достоверной формы предоставления сведений выступает публикуемая аудированная социальная отчетность, отражающая высокую степень социальной ответственности предприятия.

3. Характер взаимоотношений и основные механизмы взаимодействия предприятия со всеми стейкхолдерами. Характер взаимоотношений субъектов является отражением их связи, в том числе наблюдается зависимость от самоидентификации каждого участника взаимодействия. За счет механизмов взаимодействия происходит отражение основных способов влияния субъектов друг на друга для воздействия на итоги совместной деятельности. Представленный критерий является неотъемлемым для идентификации основных стейкхолдеров предприятия для определения основных приоритетов взаимодействия, выявления уровня учета интересов всех заинтересованных сторон.

4. Основные направления и формы реализации социальных программ и проектов предприятия. В рамках представленного критерия, кроме направлений социальных программ и проектов, происходит определение формы реализации социальных инициатив предприятия – от несистематической благотворительности до совокупных социальных программ, что является свидетельством уровня зрелости социальной ответственности.

5. Совокупный вклад предпринимательской деятельности в решение социальных программ общества представляет собой количественный критерий, который измеряется в абсолютных и относительных величинах. Благодаря абсолютному показателю происходит отражение суммы средств, которая выделяется бизнесом на осуществление социальных и экологических программ, а также благотворительность. В

качестве относительного показателя рассматривается доля средств, определяемая бизнесом на осуществление социальных инициатив, в чистой прибыли предприятия или социальных расходах всех предприятий. Производным показателем признается доля средств, которая направляется на реализацию социальных программ через властные структуры и некоммерческие организации.

6. Устойчивость корпоративной социальной ответственности в зависимости от факторов внешней среды. В рамках этого критерия осуществляется учет изменения затрат на корпоративную социальную ответственность в динамике, а также определить предприятия, которые придерживаются основных принципов социальной ответственности предпринимательской деятельности. Критерии могут применяться в качестве результирующего показателя зрелости корпоративной социальной ответственности.

7. Стимулирования расширения корпоративной социальной ответственности. Определение фактического наличия основных стимулов для развития или прекращения корпоративной социальной ответственности для выработки прогноза развития корпоративной социальной ответственности. Установление фактического наличия стимулов осуществляется на основании мотивов раскрытия сведений о социально-экономической и экологической деятельности предприятия, периодичностью ее опубликования, в том числе сопоставлением заявленных планов и фактических результатов.

8. Общие и особенные моменты, связанные с реализацией российской концепции социальной ответственности бизнеса. Представленный критерий является неотъемлемым моментом для установления специфических особенностей и определения стадии зрелости корпоративной социальной ответственности. Их определение осуществляется благодаря сопоставлению региональных, российских и мировых практик корпоративной социальной ответственности.

9. Социальная роль крупных вертикально интегрированных предприятий федерального уровня при реализации региональных экономических интересов. При этом происходит определение специфических особенностей трансрегиональных предприятий в рамках корпоративной социальной ответственности в соответствии с локализацией экономических интересов крупного бизнеса. В данном случае происходит сравнение суммарного вклада в решение социо-экологических проблем региона предприятий федерального и регионального уровня, в том числе сопоставление удельного веса затрат трансрегиональных предприятий в развитие представленного региона и других территорий присутствия анализируемого предприятия.

Благодаря применению указанных критериев имеется возможность осуществления количественной и качественной оценки социальной ответственности предпринимательских структур, вне зависимости их величины, отраслевой принадлежности и организационно-правовых форм.

На современном этапе зафиксирована тенденция, направленная на расширение социальной ответственности бизнеса. При этом достаточно часто корпоративная социальная ответственность характеризуется декларативностью. В рамках динамично меняющихся экономических реалий, особенно в кризисных условиях, представленные компании достаточно быстро или постепенно прекращают свои благотворительные и социальные проекты. Несмотря на это имеется возможность выявления предприятий, которые вне зависимости от стадии экономического цикла на самом деле поддерживают принципы социальной ответственности. Уровень влияния факторов внешней среды на функционирование предприятия в социальной среде отражается за счет показателя устойчивости корпоративной социальной ответственности.

На наш взгляд, оценка корпоративной социальной ответственности должна осуществляться благодаря использованию коэффициента устойчивости. Устойчивость корпоративной социальной ответственности

представляет собой способность поддержания достигнутого уровня деятельности системы корпоративной социальной ответственности и сохранения тенденции его развития при отрицательном влиянии факторов внешней среды. Показатель устойчивости КСО представляет собой отношение процентного изменения суммы всех элементов затрат на КСО к процентному изменению чистой прибыли, которая отражает силу воздействия изменения финансовых результатов предприятия на ее социальную активность. Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле:

$$K_y = \frac{\Delta \sum_{i=1}^n C_i}{\Delta \text{ЧП}}, \quad (1.1)$$

Источник: [11, с. 27]

где $K_{\text{устойчивости_КСО}} = \frac{\Delta \sum_{i=1}^n C_i}{\% \Delta \text{ЧП}}$ - процентное изменение суммы элементов затрат на КСО за определенный период. К элементам затрат на КСО относятся средства, выделяемые бизнесом на реализацию внешних и внутренних социальных программ и проектов, благотворительность, а также на природоохранную деятельность;

$\Delta \text{ЧП}$ – процентное изменение чистой прибыли за рассматриваемый период.

Расчет показателя K_y может осуществляться за счет применения как цепного, так и базисного метода. Он может быть как положительным, так и отрицательным и равным нулю. С целью уточнения представленного коэффициента необходимо применять индекс, которые отражает отношений темпов роста затрат на КСО и чистой прибыли. Расчет этого индекса осуществляется по следующей формуле:

$$I = \frac{\dot{O}E_{ENi}}{\dot{O}E_{\times I}}, \quad (1.2)$$

Источник: [11, с. 29].

где $TP_{КСО}$ – темп роста затрат на КСО, $TP_{ЧП}$ – темп роста чистой прибыли.

Расчет представленных показателей предполагает необходимость применения сведений предприятий, которые имеют положительный финансовый результат за анализируемый период. В данном случае требуется использование конкретных зон устойчивости (табл. 1.3).

Таблица 1.3

Характеристика зон устойчивости корпоративной социальной ответственности

Зона устойчивости	Значение K_y	Значение I	Характеристика
Зона высокой устойчивости	$K > 1$	$I > 1$	Темпы прироста социальных затрат компании превышают темпы прироста прибыли. Корпоративная социальная ответственность максимально интегрирована в основную деятельность предприятия.
Устойчивая зона КСО	$0,5 \leq K < 1$	$I < 1$	Темпы прироста социальных затрат компании ниже темпов прироста прибыли. Корпоративная социальная ответственность интегрирована в основную деятельность предприятия.
	—	$I > 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность увеличиваются при неизменной прибыли.
Зона умеренной устойчивости	$0 < K < 0,5$	$I < 1$	Темп прироста социальных затрат компании более чем в два раза ниже темпов прироста прибыли. Корпоративная социальная ответственность интегрирована в основную деятельность, но масштабы ее роста незначительны.
	$K = 0$	$I < 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность не изменяются при увеличении прибыли.
		$I > 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность не изменяются при уменьшении прибыли.
Зона относительной устойчивости	$K = 1$	$I = 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность изменяются прямо пропорционально изменению финансового результата компании.
Зона низкой устойчивости	$- 1 < K < 0$	$I < 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность сокращаются при увеличении прибыли. Проявляется несогласованность проводимой политики корпоративной социальной ответственности.
	$- 1 < K < 0$	$I > 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность возрастают при снижении прибыли.

Продолжение таблицы 1.3

Зона устойчивости	Значение K_u	Значение I	Характеристика
Неустойчивая зона КСО	$0 < K < 1$	$I > 1$	Происходит одновременное сокращение прибыли и затрат на корпоративную социальную ответственность, при этом темпы снижения социальных затрат ниже темпов сокращения прибыли.
	$K > 1$	$I < 1$	При одновременном снижении прибыли и затрат на корпоративную социальную ответственность темпы снижения социальных затрат выше темпов сокращения прибыли.
	$K < -1$	$I < 1$	При разнонаправленном изменении социальных затрат и прибыли темпы снижения затрат на корпоративную социальную ответственность выше темпов увеличения прибыли.
	$K < -1$	$I > 1$	При разнонаправленном изменении социальных затрат и прибыли темпы роста затрат на корпоративную социальную ответственность выше темпов сокращения прибыли.
	—	$I < 1$	Затраты на корпоративную социальную ответственность уменьшаются при постоянной прибыли.

Источник: [11, с. 31].

С целью определения показателей устойчивости предпринимательской структуры, в общем, требуется находить среднюю арифметическую динамического ряда для каждой зоны. В рамках анализа необходимость осуществлять учет доли затрат на КСО в чистой прибыли компании. В случае одновременного уменьшения коэффициента устойчивости происходит снижение доли социальных расходов в чистой прибыли. Такое положение свидетельствует о снижении масштабов корпоративной социальной ответственности.

Необходимо отметить, что коэффициент на начальном этапе внедрения КСО или при несущественности доли социальных затрат в чистой прибыли может быть значительно выше 1 или ниже 0. Однако при последовательном соблюдении принципов КСО в течение 2-3 лет, то происходит его стабилизация на некотором уровне. Соответственно, для анализа требуется применение сведений более за три отчетных периода. Данная методика

является универсальной для любой предпринимательской структуры вне зависимости от величины и отраслевой принадлежности.

Таким образом, необходимо отметить, что имеются причины, которые затрудняют расчет показателей социальной ответственности российских предпринимательских структур. В первую очередь, достаточно сложно в полном объеме получать требуемые для расчетов финансово-экономические сведения в зависимости от непрозрачности для внешних пользователей. Помимо этого, достаточно часты случаи, при которых происходит включения благотворительности в бизнес-расходы. В то же время благотворительность достаточно часто имеет стихийный характер, а именно: принятие решения осуществляется руководителем в соответствии с личными мотивами, а мониторинг эффекта от его инициативы не осуществляется.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММ КСО ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЯНОЙ И ГАЗОВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

2.1. Методика оценки эффективности

Повышение общественного интереса к роли предпринимательской деятельности в развитии территории способствует тому, что крупные предприятия акцентируют свое внимание на образование имиджа предприятия в глазах общественности. На современном этапе недостаточным моментом является увеличение прибыльности бизнес и осуществления своевременной уплаты налогов. Предпринимательская деятельность находится в ситуации, при которой признается частью общественных отношений, и область его деятельности выходит за профессиональные границы. Такое положение способствует совершенствованию активности предприятий в сфере корпоративной социальной ответственности (КСО). В данном случае наиболее актуальным является проблема оценки эффективности КСО.

В настоящее время используется два основных подхода к оценке эффективности социальных программ, а именно [16]:

- 1) с использованием количественных и качественных показателей социальной деятельности;
- 2) в зависимости от влияния на финансовые и производственные показатели функционирования предприятия.

Использование первого метода оценки эффективности предполагает необходимость осуществления выбора конкретных показателей деятельности предприятия в сфере КСО и далее, как правило, осуществляется расчет определенного интегрального критерия, который используется для характеристики совокупного воздействия выбранных параметров. В данном случае показатели, которые оказывают влияние на эффективность

деятельности системы КСО, делятся в соответствии с формой их оценки на два основных вида [16]:

- качественные, оценка которых осуществляется исключительно по их наличию или отсутствию;
- количественные, которые характеризуются наличием количественных измерений.

В состав качественных показателей необходимо отнести [16]:

- фактическое наличие на предприятии соответствующей документальной и нормативной базы в сфере КСО и ее соответствие международным стандартам;
- фактическое наличие в штатной структуре предприятия специальных подразделений, на которые возлагается ответственность за социальную деятельность.

Количественные показатели, которые применяются при оценке эффективности социальных программ, являются обширными и включают в себя определенные группы, а именно [16]:

- затраты, связанные с развитием персонала, которые включают в себя заработную плату, социальные выплаты сотрудникам, затраты на обучение и переподготовку сотрудников;
- затраты, связанные с развитием местного сообщества, которые включают в себя разные социальные и благотворительные программы и затраты на улучшение экологической ситуации.

Применение второго варианта оценки в качестве показателей финансовой деятельности предполагает рассмотрение выручки предприятия, валовой или чистой прибыли, а оценка производственной деятельности осуществляется по общей или удельной производительности. Необходимо отметить, что метод оценки эффективности социальных программ по влиянию на показатели деятельности предприятия характеризуется наличием определенных недостатков. В современных условиях России достаточно часто определение показателей финансовой деятельности предприятий

осуществляется в соответствии с внешнеэкономическими условиями, а именно – нестабильностью и волатильностью рынков сбыта продукции. Помимо этого социальные программы и социальная политика по определению характеризуются отсутствием прибыли.

В соответствии с формой оценки основных параметров, которые применяются для оценки эффективности системы КСО, имеющиеся методы оценки могут быть условно разделены на три группы [16].

1 группа – методики, которые основываются на определении исключительно качественных показателей. При этом оценка эффективности системы КСО осуществляется по фактическому наличию или отсутствию конкретных условий в деятельности предприятия из заранее определенного перечня. Иными словами, происходит применение двоичной системы оценки (да/нет). Таким образом, чем большее число заранее определенных критериев присутствует, тем более эффективной признается система КСО на предприятии. В состав основных недостатков представленной группы методик необходимо отнести:

- невозможность формирования сравнительной оценки эффективности деятельности разных предприятий в сфере КСО при наличии у них одних и тех же признаков;
- невозможность выявления удельного веса каждого параметра в общем индексе, так как все показатели характеризуются наличием одинакового удельного веса.

2 группа - методики, основанием которых является количественная оценка параметров деятельности предприятия в сфере КСО, за счет которой происходит исключение представленных недостатков [16]. В данном случае сдерживающим моментом для дальнейшего развития представленного рода методик достаточно часто выступает отсутствие возможности объективной количественной оценки определенных показателей. Основанием для проведения анализа в данном случае выступают сведения ежеквартальных и годовых публичных отчетов о работе предприятия. Практические данные

свидетельствуют о том, что даже наиболее крупные предприятия, деятельность которых формально обеспечивается нормативными документами в сфере КСО, способствует представлению в открытый доступ ограниченного объема сведений о социальных расходах. Помимо ограниченности объема информации для проведения анализа, необходимо акцентировать внимания на достоверность сведений в публичных отчетах предприятия.

В данном случае в связи с отсутствием отлаженной системы аудита социальной отчетности образуются вопросы, связанные с достоверностью раскрываемой информации, отчеты при этом характеризуются декларативностью и их основным направлением является пропаганда и формирование положительного имиджа предприятия. Представленные причины определяют факт того, что в настоящее время в литературе имеется небольшое количество методик количественной оценки эффективности системы КСО.

3 группа – методики, в рамках которых происходит применение как количественные, так и качественные показатели оценки уровня эффективности КСО [16]. Иными словами. Для определения воздействия факторов, которые не подвергаются численной оценке, предполагают использование качественных показателей, а применительно к другим параметрам применяется количественная оценка. Так, методики, представленные в третьей группе, признаются наиболее предпочтительными, так как они способствуют учета воздействия на уровень развития системы КСО более полного перечня показателей.

С целью оценки КСО таких предприятий, как ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» нами предлагается использовать интегральный коэффициент, которые определяет совокупное влияние качественных и количественных параметров. Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле [16]:

$$\text{Кинт} = \text{К кач} * \text{К кол}, \quad (2.1)$$

где Ккач – коэффициент, который позволяет учитывать фактическое соответствие качественным признакам;

Ккол – коэффициент, который учитывает воздействия количественных параметров.

В состав перечня предлагаемых качественных признаков эффективности КСО, который основывается на положениях международной организации «Глобальная инициатива по отчетности», которая включает в себя:

- наличие трудового договора;
- фактическое наличие общих документов, направленных на регламентирование социальной деятельности предприятия;
- фактическое наличие ежегодных публикаций отчетов о деятельности предприятия в сфере КСО в открытом доступе;
- наличие в составе организационной структуры специализированного подразделения, который несет ответственность за социальную деятельность.

В соответствии с фактическим наличием или отсутствием комплекса элементов из представленного перечня, анализируемое предприятие в соответствии с уровнем развития системы КСО может быть отнесено к одной из трех групп, в отношении каждой из которых определяется величина качественного коэффициента Ккач (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Классификация предприятий в зависимости от уровня развития КСО

Наименование группы	Характеристики	Величина коэффициента качественных параметров, (Ккач)
Низкий уровень развития системы КСО	Наличие до одного признака	0,3
Средний уровень развития КСО	Наличие 2-3 признаков	0,6
Высокий уровень развития системы КСО	Наличие всех представленных признаков	1,0

Источник: [16]

Количественные показатели, которые определяют уровень развития системы КСО, в зависимости от сферы влияния, могут быть разделены на 2 основные группы, а именно:

- 1) производственный персонал предприятия;
- 2) местное сообщество.

Так, определение коэффициента, в рамках которого осуществляется учет воздействия количественных параметров, осуществляется по следующей формуле [16]:

$$K_{\text{кол}} = \frac{K_{\text{перс}} + K_{\text{сообщ}}}{2}, \quad (2.2)$$

где $K_{\text{перс}}$ – коэффициент эффективности социальной политики применительно к персоналу предприятия;

$K_{\text{сообщ}}$ – коэффициент эффективности социальной политики по отношению к местному сообществу.

В рамках представленной модели определение эффективности социальной работы с персоналом осуществляется в соответствии со следующими элементами, а именно [16]:

- среднемесячная заработная плата (ЗП);
- количество рабочих мест (ССЧ);
- затраты на внутренние социальные программы (СОЦ);
- доля работников, которые прошли обучение и переподготовку (ПП);
- доля работников, которые получили производственные травмы (ТР).

Определение эффективности социальной политики применительно к местному сообществу осуществляется в качестве изменения следующих параметров, а именно:

- затраты, связанные с реализацией внешней социальной программы (СП);
- затраты, связанные с разрешением экологических проблем (ЭК).

Количественное измерение представленных параметров осуществляется за счет применения коэффициентов, величина которых определяется в качестве отношения величины соответствующих параметров в анализируемом и базовом периодах (табл. 2.2).

Таблица 2.2

Коэффициенты измерения количественных параметров эффективности работы системы КСО на предприятии

Наименование группы параметров	Наименование коэффициентов	Формула для расчета коэффициента
Социальная работа с персоналом	Коэффициент изменения среднемесячной заработной платы работников	$K_{зп} = \frac{ЗП_i}{ЗП_{баз}} * K_d$
	Коэффициент изменения среднесписочной численности работников	$K_{ссч} = \frac{ССЧ_i}{ССЧ_{баз}}$
	Коэффициент изменения затрат на внутренние социальные программы	$K_{зп} = \frac{СОЦ_i}{СОЦ_{баз}} * K_d$
	Коэффициент изменения доли работников, которые прошли обучение и переподготовку	$K_{зп} = \frac{ПП_i}{ПП_{баз}}$
	Коэффициент изменения доли работников, которые получили производственные травмы	$K_{зп} = \frac{ТР_{баз}}{ТР_i}$
Социальная работа с местным сообществом	Коэффициент изменения затрат на внешние социальные программы	$K_{сп} = \frac{СП_i}{СП_{баз}} * K_d$
	Коэффициент изменения затрат на экологические программы	$K_{эк} = \frac{ЭК_i}{ЭК_{баз}} * K_d$

Источник: [16].

При расчете коэффициентов, которые учитывают эффективность социальной политики применительно к персоналу предприятия и по отношению к местному сообществу, необходимо ввести поправочные коэффициенты, которые учитывают значимость каждого параметра при оценке общего уровня эффективности КСО. Определение этих поправочных коэффициентов осуществляется методом экспертных оценок и зависит от специфики определенного анализируемого предприятия, что делает модель более универсальной. Таким образом, формулы, которые используются для расчета коэффициента эффективности социальной политики по отношению к персоналу предприятия и местному сообществу, имеют следующий вид [16]:

$$K_{\text{пер}} = K_{\text{зп}} * \text{азп} + K_{\text{ссч}} * \text{ассч} + K_{\text{соц}} * \text{асоц} + K_{\text{пп}} * \text{апп} + K_{\text{тр}} * \text{атр}, \quad (2.3)$$

$$K_{\text{сообщ}} = K_{\text{сп}} * \text{асп} + K_{\text{эк}} * \text{азк} \quad (2.4)$$

Соблюдение условий, при которых коэффициент, осуществляющий учет влияния количественных параметров в анализируемом периоде превышает 1, свидетельствует о том, что на предприятии реализуются активные социально-направленные действия. Соответственно, при значении, меньшем 1, со стороны руководства предприятия не уделяется необходимого внимания вопросам КСО.

Таким образом, оценка эффективности КСО в ПАО НК «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» должна осуществляться в полном соответствии с представленной методикой, основанием которой является расчета интегрального показателя, который включает в себя как количественные, так и качественные оценки. Представим более подробные сведения об анализируемых предприятиях.

ПАО «НК «Роснефть» занимает лидирующее положение в российской нефтяной отрасли и является наиболее крупной публичной нефтегазовой корпорацией мира. В состав основных видов деятельности компании относятся осуществление поиска и разведки месторождений углеводородов, добыча нефти, газа, газового конденсата и др. [44]

Компания входит в состав стратегических предприятий России. Ключевым акционером компании является АО «Роснефтегаз» (69,5%) и 19,75% компании ВР. Обе компании принадлежат государству.

ПАО «НК «Роснефть» представляет собой глобальную энергетическую компанию, основные активы которой находятся на территории России, также имеется диверсифицированный портфель в перспективных регионах международного нефтегазового бизнеса, в том числе в Венесуэле, республике Эквадор, республике Куба, Канаде, США, Бразилии, Норвегии, Германии, Италии, Алжире, Монголии, Китае, Вьетнаме, Туркменистане, Беларуси, Украине и ОАЭ.

Компания включает в себя 10 крупных нефтеперерабатывающих заводов, несколько небольших мини-НПЗ, расположенных на территории России. На территории Германии ПАО НК «Роснефть» владеет долями четырех НПЗ, мощность которых составляет 11,5 млн т. Сбытовая сеть компании расположена в 59 регионах России, в том числе в странах ближнего зарубежья.

Таблица 2.3

Характеристика ПАО «НК «Роснефть»

Полное название фирмы	Публичное акционерное общество Нефтяная компания «Роснефть»
1	2
Направления деятельности, производимой продукции или оказываемой услуги	<p>Проведение геолого-разведочных работ с целью поиска месторождений нефти, газа, угля и иных полезных ископаемых; добыча, транспортировка и переработка нефти, газа, угля и иных полезных ископаемых и др.;</p> <p>Инвестиционная деятельность, включая операции с ценными бумагами; Организация выполнения заказов для федеральных государственных нужд и региональных потребителей продукции;</p> <p>Инвестиционное управление, строительство, инжиниринговое, технологическое и сервисное обеспечение проектов разведки, добычи, переработки и сбыта и др.;</p> <p>Передача недвижимого и иного имущества в аренду, использование арендованного имущества;</p> <p>Оказание содействия в обеспечении интересов РФ при подготовке и реализации соглашения о разделе продукции в отношении участков недр и др.</p>
Характер собственности	Государственная
Правовое положение	Юридическое лицо
История образования и особенности развития фирмы	<p>19 век – первые упоминания о компаниях, входящих в состав «Роснефти»;</p> <p>1889 г. – начало разведки нефтяных месторождений на Сахалине;</p> <p>1993 г. – создание государственного предприятия по добыче и переработке нефти «Роснефть»;</p> <p>2000 г. – рост добычи;</p> <p>2002-2004 гг. – наращивание активов и расширение географии деятельности компании;</p> <p>2004 г. – Совет директоров возглавляет И. Сечин;</p> <p>2006 г. проведение первичного публичного размещения акций компании;</p> <p>2007 г. – компания становится лидером среди нефтяных компаний России;</p> <p>2009 г. – внедрение в эксплуатацию крупнейшего месторождения Восточной Сибири – Ванкорское;</p> <p>2010 г. – принципиальные изменения в управленческой</p>

Продолжение таблицы 2.3

1	2
	политике компании; 2011 г. – получены 2 лицензии на открытие месторождений – Байкаловский и Бузеровский участки; 2012 г. – заключено соглашение об опытной разработке запасов юаженовской и ачимовской свит в Западной Сибири; 2013 г. – заключено соглашение о стратегическом сотрудничестве с компанией ExxonMobil; 2014 г. – открытие крупной нефтегазовой провинции в Карском море; 2015 г. – начата добыча нефти на месторождении Аркутун-Даги;
Размер организации	1000000 тыс. руб.
Территориальное размещение фирмы	59 регионов России, штаб-квартира в г. Москва, страны ближнего зарубежья.
Миссия фирмы	инновационное, экологически безопасное и экономически эффективное удовлетворение потребности общества в энергоресурсах
Цели фирмы	поддержание добычи и максимальное раскрытие потенциала действующих месторождений, рациональная реализация новых проектов для обеспечения устойчивого профиля добычи и максимального коэффициента извлечения углеводородов, а также экономически обоснованная разработка нетрадиционных и сложных коллекторов.

Источник: [44]

ПАО НК «Роснефть» является наиболее крупной нефтегазовой компанией на территории РФ и наиболее крупной в мировом масштабе по запасам углеводородов и добыче жидких углеводородов среди публичных нефтегазовых компаний. Увеличение ресурсной базы выступает в качестве одного из приоритетных задач компании. Удельный вес компании по добыче нефти на территории РФ составляет примерно 40%, в мировой добыче – 5%. По итогам 2015 г. был установлен рекорд в добыче углеводородов, этот показатель составил 254 млн. т нефтяного эквивалента. Представленный результат был достигнут за счет реализации масштабной стратегии, направленной на развитие собственного высокотехнологического сервисного подразделения, которое позволяет предоставлять гарантии выполнения планов производства, сформировать конкурентную среду с точки зрения ценовой политики и качества осуществляемых работ. Компания направляет свои усилия на укрепление позиции на рынке газа России [44].

Основным видом деятельности ПАО «Лукойл» в настоящее время является разведка, добыча, переработка и реализация нефти и нефтепродуктов. ПАО «Лукойл» - это материнская компания вертикально интегрированной группы предприятий. Компания является одной из наиболее крупных нефтегазовых компаний в мире в соответствии с размером доказанных запасов углеводородов, которые по состоянию на 01.01.2016 г. составляют примерно 16,6 млрд. барр. н.э. [43]

ПАО «Лукойл» является одной из наиболее крупных публичных вертикально интегрированных нефтегазовых предприятий мире, на долю которого приходится около 2% мировой добычи нефти и примерно 1% доказанных запасов углеводородов. За счет наличия полного производственного цикла, предприятие имеет возможность осуществления полного контроля всей производственной цепочки, а именно – от добычи нефти и газа до сбыта нефтепродуктов. При этом на территории России находится 88% запасов и 86% добычи углеводородов, при этом основная деятельность находится на территории 4-х федеральных округов, а именно – Северо-Западного, Приволжского, Уральского и Южного. Обеспечение эффективного развития предприятия и ее передовых позиции на рынке осуществляется благодаря 100 тыс. человек, которые объединяют свои усилия и таланты [43].

Миссия ПАО «Лукойл» заключается в следующем: «Мы созданы, чтобы энергию природных ресурсов обратить во благо человека, эффективно и ответственно разрабатывать доверенные нам уникальные месторождения углеводородов, обеспечивая рост компании, благополучие ее работников и общества целом.

В состав основных стратегических целей ПАО «Лукойл» необходимо отнести [45]:

- 1) укрепление позиций в отрасли, а именно:
 - осуществление новых проектов в сегментах «разведка и добыча» и «переработка, торговля и сбыт» для эффективного восполнения базы

ресурсов, повышения производственных объемов, совершенствования структуры производимой продукции и других ключевых показателей деятельности;

- развитие конкурентных преимуществ за счет использования современных технологий, осуществления поиска наиболее рациональных технических решений, реализации контроля над расходами, формирования и применения синергий в соответствии с вертикально-интегрированной цепочкой производства;

- регулярная оптимизация процессов на имеющихся активах для максимизации эффективности.

2) Финансовая устойчивость, которая представляет собой обеспечение высокой финансовой устойчивости в рамках волатильности цен на нефть и валютных курсов за счет соблюдения строгой финансовой дисциплины, применения консервативного подхода к процессу планирования и эффективного управления рисками.

3) Оптимальный баланс, а именно:

- соблюдение оптимального баланса между эффективным реинвестированием и осуществлением выплат акционерам;

- преобладание дивидендных выплат в рамках распределения денежных потоков при условии обеспечения финансовой устойчивости;

- стремление к ежегодному повышению величины дивиденда на одну акцию не менее чем на уровень рублевой инфляции.

4) Высокая корпоративная ответственность, а именно:

- минимизация влияния на окружающую среду, обеспечение высокого уровня охраны труда и промышленной безопасности;

- устойчивое развитие на основании бережливого отношения к природным ресурсам и ответственное ведение предпринимательской деятельности в регионах присутствия и социальной стабильности.

Рассмотрим ключевые показатели деятельности ПАО «Лукойл» за 2016 год (табл. 2.4).

Таблица 2.4

Ключевые показатели деятельности ПАО «Лукойл» за 2016 год

Наименование показателя	Размер
Доказанные запасы углеводородов	16,4 млрд барр. н.э.
Добыча углеводородов	2,2 млн барр./сут.
Переработка нефтяного сырья	1,3 млн барр./сут.
Производство масел	917 тыс. т
Количество АЗС	5390
Выручка от реализации	5,2 трлн руб.
Дивиденды на акцию	195 руб.
Свободный денежный поток	255 млрд руб.

Источник: [43].

В состав корпоративных ценностей ПАО «Лукойл» относятся [45]:

- персонал: все, что делает компания, делается людьми и для людей;
- экология и технология. Являясь одним из наиболее крупных природопользователей в мире, ПАО «Лукойл» занимается неукоснительным соблюдением высочайших мировых экологических стандартов и гордится выстроенной системой управления охраной окружающей среды в рамках всей вертикали управления;
- ответственность за жизни людей и вверенные природные ресурсы в регионах деятельности;
- открытость и партнерство при взаимодействии с обществом и заинтересованными сторонами;
- нравственность. ПАО «Лукойл» при следовании своему предназначению занимается осуществлением деятельности на основании принципов честности и справедливости, уважительности и порядочности.

ПАО «Газпром» является глобальной энергетической компанией. В состав основных направлений деятельности предприятия относятся: геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка, реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве

моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии. Миссия ПАО «Газпром» заключается в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктами их переработки [45].

Стратегическая цель ПАО «Газпром» - становление в качестве лидера среди глобальных энергетических компаний за счет диверсификации рынков сбыта, обеспечения надежности поставок, увеличения эффективности деятельности, применения научно-технического потенциала.

ПАО «Газпром» характеризуется наличием самого большого в мире объема запасов природного газа. Его удельный вес в мировых запасах газа составляет 17%, в российских – 72%. ПАО «Газпром» обладает 11% мирового и 66% российской добычи газа. На современном этапе предприятие занимается активной реализацией масштабных проектов, связанных с освоением газовых ресурсов полуострова Ямал, арктического шельфа, Восточной Сибири и Дальнего Востока, в том числе некоторых проектов по разведке и добыче углеводородов за рубежом.

ПАО «Газпром» является наиболее надежным поставщиком газа российских и зарубежных потребителей. Компания обладает наиболее крупной в мировом масштабе газотранспортной системой, протяженность которой составляет 171,2 тыс. км. На внутреннем рынке компания реализует более половины продаваемого газа. Помимо этого поставка газа осуществляется в более чем 30 стран ближнего и дальнего зарубежья [45].

ПАО «Газпром» признается единственным на территории России производителем и экспортером сжиженного природного газа (СПГ). Со стороны предприятия осуществляется успешное развитие торговли СПГ в соответствии с действующим проектом «Сахалин-2», в том числе происходит реализация новых проектов, за счет которых предприятие имеет возможность усиления собственных позиций на быстрорастущем мировом рынке СПГ.

Компания входит в состав ТОП-4 наиболее крупных производителей нефти на территории РФ. Кроме того, ПАО «Газпром» владеет наиболее

крупными генерирующими активами в России. Их суммарная установленная мощность составляет примерно 17% от общей установленной мощности энергосистемы России. Предприятие также занимает первое место в мире по производству тепловой энергии.

Рассмотрим основные показатели деятельности компании по итогам 2016 года (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Основные показатели деятельности ПАО «Газпром» в 2014-2016 гг.

Переработка углеводородов Группой Газпром	2014 год	2015 год	2016 год
Природный попутный газ, млрд м ³	30,5	31,2	31,0
Нефть и газовый конденсат, млн т	68,0	66,8	65,9
Производство нефтепродуктов Группой Газпром, млн т			
Дизельное топливо	16,3	14,8	15,0
Автомобильный бензин	12,1	12,4	12,3
Мазут	9,3	8,4	7,8
Авиационное топливо	3,2	3,2	3,2
Масла	0,4	0,4	0,4
Прочие нефтепродукты	12,4	12,4	11,5
Всего	53,7	51,3	50,2

Источник: [45].

Таким образом, представленные данные свидетельствуют о том, что ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром» и ПАО «Лукойл» являются одними из наиболее крупных предприятий на территории России. В представленных компаниях руководство уделяется существенное внимание социальной ответственности и реализации различных социальных проектов. Проведем анализ эффективности корпоративной социальной ответственности ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром» и ПАО «Лукойл» в соответствии с указанной выше методикой оценки. В рамках представленной методики было предложено произвести расчет интегрального показателя эффективности КСО, которая включает в себя как качественные, так и количественные признаки эффективности.

Представим фактическое наличие необходимых качественных признаков в анализируемых компаниях (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Качественные признаки эффективности КСО в ПАО «Роснефть»,
ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл»

Наименование признака	ПАО НК «Роснефть»	ПАО «Газпром»	ПАО «Лукойл»
Наличие трудового договора	+	+	+
Наличие общих документов, которые регламентируют социальную деятельность компании	+	+	+
Наличие ежегодных публикаций отчетов о деятельности предприятия в сфере КСО в открытом доступе	+	+	+
Наличие в составе организационной культуры специализированного подразделения, который несет ответственность за социальную деятельность	+	+	+

Источник: [составлено автором]

Данные, представленные в таблице 2.6, свидетельствуют о том, что в анализируемых компаниях имеются все основные качественные признаки эффективности КСО.

Далее рассчитаем соответствующие коэффициенты измерения количественных параметров эффективности работы системы КСО в ПАО НК «Роснефть», ПАО «Газпром» и ПАО «Лукойл» (табл. 2.7).

Таблица 2.7

Коэффициенты измерения количественных параметров эффективности работы системы КСО в ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл»

Наименование коэффициентов	ПАО НК «Роснефть»	ПАО «Газпром»	ПАО «Лукойл»
1	2	3	4
Коэффициент изменения среднемесячной заработной платы работников	1,080	1,047	1,151
Коэффициент изменения среднесписочной численности работников	1,131	1,018	0,986
Коэффициент изменения затрат на внутренние социальные программы	1,031	1,075	1,058
Коэффициент изменения доли работников, которые прошли обучение и переподготовку	1,346	1,043	1,154
Коэффициент изменения доли работников, которые получили производственные травмы	0,642	0,949	0,750

Продолжение таблицы 2.7

1	2	3	4
Коэффициент изменения затрат на внешние социальные программы	0,825	0,854	1,074
Коэффициент изменения затрат на экологические программы	1,030	1,078	0,998

Источник: [составлено автором]

Данные, представленные в таблице 2.7, свидетельствуют о том, что в рассматриваемых компаниях, а именно – ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл» количественные параметры эффективности работы системы КСО характеризуются ростом. При расчете представленных коэффициентов данные за 2016 г. сравнивались с данными на 2015 г. Практически все показатели характеризуются повышением. Так, в ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Газпром» наблюдается снижение коэффициента изменения затрат на внешние социальные программы – 0,825 и 0,854 соответственно. В ПАО «Лукойл» произошло снижение среднесписочной численности работников, коэффициент изменения среднесписочной численности составляет 0,986.

Рассчитаем итоговые коэффициенты эффективности социальных программ к персоналу и к местному сообществу для анализируемых предприятий (табл. 2.8).

Таблица 2.8

Итоговые коэффициенты эффективности социальных программ к персоналу и местному сообществу в ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл»

Наименование коэффициентов	ПАО НК «Роснефть»	ПАО «Газпром»	ПАО «Лукойл»
К персоналу	5,230	5,133	5,100
К местному сообществу	1,855	1,932	2,072
Общий коэффициент	7,085	7,065	7,172

Источник: [составлено автором]

Данные таблицы 2.8 свидетельствуют о том, что среди анализируемых предприятия наибольший показателей итогового коэффициента эффективности социальных программ к персоналу у ПАО «НК «Роснефть» - 5,230, второе место – ПАО «Газпром» (5,133), третье место – ПАО «Лукойл» (5,100). В ПАО «Лукойл» социальные программы к местному сообществу являются наиболее эффективными – 2,072; в ПАО «Газпром» - 1,932; в ПАО «НК «Роснефть» - 1,855. Таким образом, в ПАО «Лукойл» по сравнению с другими компаниями наблюдается наибольшая эффективность социальных программ – 7,172.

Последним этапом является расчет интегрального коэффициента (табл. 2.9).

Таблица 2.9

Расчет интегрального коэффициента эффективности социальных программ в ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл»

Наименование коэффициентов	ПАО НК «Роснефть»	ПАО «Газпром»	ПАО «Лукойл»
Количественный коэффициент	7,085	7,065	7,172
Качественный коэффициент	4	4	4
Интегральный коэффициент	28,340	28,260	28,688

Источник: [составлено автором]

Проведенные расчеты свидетельствуют о том, что в ПАО «Лукойл» социальные программы являются наиболее эффективными. В то же время ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Газпром» необходимо реализовать мероприятия, направленные на увеличение эффективности реализации социальных программ.

Так же рассмотрим стейкхолдеров анализируемых организаций.

Стейкхолдеры представляют собой конкретные лица и институты как внутри, так и вне предприятия, а также те, кто оказывает влияние на деятельность предприятия, или испытывает на себе влияние деятельности предприятия. В состав таких лиц могут быть отнесены: государство, общество, инвесторы, кредиторы, потребители, поставщики, сотрудники и

менеджеры. Рассмотрим основных стейкхолдеров ПАО «НК «Роснефть» (табл.2.10).

Таблица 2.10

Стейкхолдеры ПАО НК «Роснефть»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Сотрудники	Органы государственной власти РФ
Акционеры и инвесторы компании	Региональные и муниципальные органы власти
Потребители продукции	Население
Партнеры компании	Конкуренты
	Поставщики компании
	Местные сообщества в регионах присутствия
	Общественные организации

Для сотрудников ПАО «Роснефть» существенным моментом является удовлетворение трудовой деятельностью в соответствии с формами адекватной оплаты, наличие возможностей профессионального роста и формирования деловой карьеры, установление здорового морального делового климата, приемлемых условий и режима трудовой деятельности, хорошее руководство. Для потребителей значимым моментом являются качественные характеристики, безопасность и доступность товаров и услуг. Органы государственной власти, а также муниципальные и региональные органы власти на первое место ставят заинтересованность в пополнении бюджета за счет налоговых поступлений и сохранения рабочих мест для населения. В состав наиболее существенных стейкхолдеров также можно отнести правительство государства и жителей регионов, в которых осуществляет деятельность ПАО «НК «Роснефть».

Со стороны ПАО «НК «Роснефть» формирование взаимоотношений с заинтересованными сторонами и органами государственной власти в регионах присутствия осуществляется в соответствии с принципом социальной ответственности бизнеса. Компания использует системный подход в решении социальных вопросов и управлении социальными инвестициями, что способствует уменьшению социальных рисков,

организации долгосрочных плодотворных отношений с регионами присутствия и укрепления имиджа социально ответственной компании.

Благодаря деятельности ПАО «НК «Роснефть» вносится существенный вклад в развитие регионов присутствия. Кроме того, проекты, которые реализуются компанией, способствует развитию местных предприятий, социальной сферы, кадрового состава, инфраструктуры, а также повышению инвестиционной привлекательности регионов. В качестве одной из целей региональной политики предприятия необходимо выделить формирование благоприятных условий для комфортной реализации предпринимательской деятельности в регионах присутствия, которые способствуют привлечению высококвалифицированных трудовых ресурсов. Соответственно, компания акцентируется ключевое внимание на развитие современной, удобной для жизни инфраструктуры городов и поселков, высокому качеству медицинского обслуживания, развитию спорта, образования и культуры.

Наибольшей важность обладают вопросы, связанные с социальным развитием применительно к территориям, которые находятся в некоторой удаленности от больших городов, как правило, в суровых климатических условиях. Кроме того, компания выделяет существенные денежные средства на социальное развитие. По итогам 2016 года ПАО «НК «Роснефть» является наиболее крупным налогоплательщиком на территории Российской Федерации. Формализация единых принципов и подходов к взаимодействию предприятия с органами государственной власти и управления, в том числе заинтересованными сторонами в регионах присутствия осуществляется в Политике в области регионального развития и взаимодействия с субъектами РФ.

Рассмотрим стейкхолдеров ПАО «Газпром» (табл. 2.11).

Таблица 2.11

Стейкхолдеры ПАО «Газпром»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Сотрудники	Органы государственной власти РФ
Акционеры и инвесторы компании	Региональные и муниципальные органы власти

Продолжение таблицы 2.11

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Потребители продукции	Население
Партнеры компании	Конкуренты
	Поставщики компании
	Местные сообщества в регионах присутствия

Данные, представленные в таблице 2.11, свидетельствуют о том, что стейкхолдеры ПАО «Газпром» являются идентичными стейкхолдерам ПАО НК «Роснефть». Со стороны ПАО «Газпром» осуществляется постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами, которые рассматриваются в качестве ключевого инструмента реализации стратегии устойчивого развития. ПАО «Газпром» акцентирует существенное внимание на интересы стейкхолдеров, которые сопоставляются с интересами компании в целом. Компания проявляет стремление к формированию сбалансированного подхода к взаимодействию со стейкхолдерами, основными направлениями которого являются гармонизация интересов всех заинтересованных сторон и достижение целей устойчивого развития.

Приоритетные моменты взаимодействия ПАО «Газпром» со стейкхолдерами содержатся в следующие документах предприятия, а именно:

- кодекс корпоративного поведения;
- корпоративный кодекс;
- документы, которые регламентируют отдельные направления деятельности.

Проанализируем основные направления взаимодействия ПАО «Газпром» со своими стейкхолдерами (табл. 2.12).

Таблица 2.12

Основные направления взаимодействия ПАО «Газпром» со стейкхолдерами

Стейкхолдеры	Направления взаимодействия
Акционеры и инвесторы	Повышение качества корпоративного управления; Совершенствование и укрепление бренда и деловой репутации предприятия
Работник	Работа, нацеленная на увеличение уровня безопасности трудовой

Продолжение таблицы 2.12

Стейкхолдеры	Направления взаимодействия
компании	деятельности; формирование требуемых условий для профессионального роста, социального благополучия работников; Совершенствование систем материальной и нематериальной мотивации; Осуществление социальной поддержки работающих и ветеранов; Кадровое обеспечение крупных проектов и связанные с ними возможности профессионального роста;
	Развитие диалога с профсоюзами; Формирование эффективной корпоративной культуры
Органы государственной власти РФ	Участие в разработке соответствующего законодательства; Ответственное и эффективное применение трудовых и природных ресурсов; Содействие социально-экономическому развитию регионов; Внедрение инноваций
Региональные и муниципальные органы власти	Оказание поддержки проектов регионального развития в соответствии с программой социальных инвестиций «Родные города»
Деловые партнеры, поставщики и потребители	Реализация программ, нацеленных на повышение качества продукции и услуг; Развитие длительных взаимовыгодных отношений; Включение подрядчиков в периметр корпоративных стандартов промышленной и экологической безопасности; Внедрение антикоррупционных процедур
Местные сообщества в регионах присутствия	Увеличение эффективности социальных программ предприятия; Реализация программы социальных инвестиций «Родные города»; Реализация природоохранных мероприятий; Проведение общественных слушаний и консультаций, благотворительная и волонтерская деятельность
Общественные организации	Осуществление взаимодействия в соответствии с программой социальных инвестиций «Родные города», в том числе за счет реализации грантовых конкурсов социальных инициатив; Взаимодействие в решении задач в сфере охраны окружающей среды

Источник: [составлено автором].

Таким образом, в ПАО «Газпром» имеются конкретные стейкхолдеры, процесс взаимодействия с которыми является формализованным.

Рассмотрим основных стейкхолдеров ПАО «Лукойл» (табл. 2.13).

Таблица 2.13

Основные стейкхолдеры ПАО «Лукойл»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Работники ПАО «Лукойл»	Органы государственной власти РФ
Организации, занимающиеся производством и реализацией нефтегазового оборудования	Региональные и муниципальные органы власти

Продолжение таблицы 2.13

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
Нефтеперерабатывающие заводы	Население
Научно-исследовательские учреждения	Конкуренты
Потребители	Поставщики компании
Предприятия социальные сферы, которым необходима финансовая поддержка	Местные сообщества в регионах присутствия

Взаимоотношения ПАО «Лукойл» со своими стейкхолдерами осуществляется в соответствии с конкретными принципами и способами (табл. 2.14).

Таблица 2.14

Особенности взаимоотношений ПАО «Лукойл» со стейкхолдерами

Стейкхолдеры	Принципы работы	Способы взаимодействия
Акционеры и инвесторы	Открытость, достоверность, ориентация на будущее	Официальный сайт, консультационный центр, встречи с менеджментом
Работники	Ответственность, равноправие, мотивация	Внутренний портал, телефон доверия, корпоративные СМИ
Покупатели	Своевременность, профессионализм, честность	Горячие линии, дочерние общества
Поставщики	Партнерство, надежность, взаимная обязательность	Официальный сайт
Государственные органы	Законность, контроль, баланс интересов	Официальный контроль, проведение встреч, участие в рабочих органах

В связи с тем, что деятельность ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» и ПАО «НК «Роснефть» осуществляется в одной отрасли экономики, то стейкхолдеры являются практически идентичными.

2.2. Матрица показателей оценки эффективности социальных инвестиций и социального партнерства (ЭСИСП)

Матрица ЭСИСП обладает наибольшей значимостью в составе российских методик. В рамках этой программы происходит раскрытие 101 принципа ведения социально ответственного бизнеса, в том числе разработана его оценка на основе показателей, сгруппированных в рамках

четырёх проекций ценностей. Составим матрицу ЭСИСП для анализируемых компаний – ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл». В первую очередь рассмотрим социальные инвестиции ПАО НК «Роснефть» (табл. 2.15).

Таблица 2.15

Показатели эффективности внешних СИ и СП с позиции общества в ПАО
«НК «Роснефть»

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Развитие материальной среды	Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды	44 646	47 137	105,6	7
	Предупреждение чрезвычайных ситуаций и реагирование на них	2 960,2	2 951,4	99,7	7
	Обращение с отходами, тыс. т	14 734	13 792	93,6	7
Социальное и гуманитарное развитие	Социально-экономическое сотрудничество с регионами, млрд руб.	4 069	2 403	59,1	4
	Финансирование социальной сферы регионов, млн руб.	4 069,1	2 403	59,1	4
	Благотворительность, млн руб.	2 283	1 879	82,3	6
	Поддержка коренных малочисленных народов Севера, млн руб.	54,1	48,2	89,1	6
	Расходы на спонсорскую деятельность, млн руб.	763,7	973	127,4	9

Источник: [44].

Далее рассмотрим показатели внутренних социальных инвестиций, оцениваемых с точки зрения социальной среды. (табл.2.16)

Таблица 2.16

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с точки зрения социальной среды

Внутренние СИ	Показатели	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Человеческий капитал	Рост з/п	69,9	75,5	108,0	6
	Рост профессионально-технических компетенций, чел.	6 493	9 200	141,7	8
	Рост корпоративных и управленческих компетенций, тыс. чел.	11,3	12,09	107,0	6
	Обучение и подготовка персонала	325 890	438 507	134,6	7

Продолжение таблицы 2.17

Внутренние СИ	Показатели	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
	Затраты на программу работы с молодыми специалистами, млн руб.	84,3	94,5	112,1	6
	Улучшение жилищных условий, чел.	839	788	93,9	5
	Оздоровление персонала, чел.	54 320	55 460	102,1	6
	Выплата в пенсионном плане, млн руб.	5 380	5 715	106,2	6

В таблице 2.17 представлены показатели внутренних социальных инвестиций, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «НК «Роснефть» (табл.2.17).

Таблица 2.17

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «НК «Роснефть»

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Потребители	Отсутствие исков	0	0	-	9
	Выплата дивидендов	124 500	63 362	50,8932	12
Добросовестная деловая практика	Количество нарушений, выявленных по результатам проверок	44	0	0	10
	Программы по развитию бизнеса	0	0	-	10
	Совместные инициативы с конкурентами	0	0	-	9

Источник: [44]

Далее представлены показатели эффективности СИ и СП, которые оцениваются с точки зрения бизнеса (табл.2.18).

Таблица 2.18

Показатели эффективности СИ и СП, которые оцениваются с точки зрения бизнеса

Внешние СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	122	136	111,5	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	355	181	51,0	29

В соответствии с представленными расчетами составим общую таблицу показателей ЭСИСП в разрезе групп (табл. 2.19).

Таблица 2.19

Сводная таблица показателей ЭСИПС для ПАО «НК «Роснефть»

Группы факторов ЭСИПС	Значение
Развитие материальной среды	21
Социальное и гуманитарное развитие	29
Человеческий капитал	50
Потребители	12
Добросовестная деловая практика	0
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	29
Итого	162

Источник: [составлено автором].

Данные, представленные в таблице 2.19, свидетельствуют о том, что ПАО «НК «Роснефть» обладает большой эффективностью социальных инвестиций и социальных партнерств. Наиболее эффективным элементом компании является человеческих капитал – 50 баллов.

Проанализируем аналогичные показатели деятельности для ПАО «Газпром» (табл. 2.20).

Таблица 2.20

Показатели эффективности внешних СИ и СП с позиции общества в ПАО «Газпром»

Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды	6 377,6	6 875,6	107,8	7
Предупреждение чрезвычайных ситуаций и реагирование на них	9,8	7,9	80,6	7
Обращение с отходами, тыс. т	1 538,9	1 363,8	88,6	7
Социально-экономическое сотрудничество с регионами, млрд руб.	3,8	4,1	107,9	4
Финансирование социальной сферы регионов, млн руб.	0	0	0	4
Благотворительность, млн руб.	0	0	0	6
Поддержка коренных малочисленных народов Севера, млн руб.	0	0	0	6
Расходы на спонсорскую деятельность, млн руб.	0	0	0	9
Итого баллы				25

В таблице 2.21 отражены показатели внутренних социальных инвестиций, оцениваемых с точки зрения социальной среды в ПАО «Газпром» (табл 2.21).

Таблица 2.21

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с точки зрения социальной среды в ПАО «Газпром»

Внутренние СИ	Показатели	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Человеческий капитал	Рост з/п	100 222	109 919	109,7	6
	Рост профессионально-технических компетенций, чел.	2 234	2 547	114,0	6
	Рост корпоративных и управленческих компетенций, тыс. чел.	20 861	22 269	106,7	6
	Обучение и подготовка персонала	50 395	52 582	104,3	6
	Затраты на программу работы с молодыми специалистами, млн руб.	0	0	0,0	0
	Улучшение жилищных условий, тыс. руб.	215 405	183 817	85,3	5
	Оздоровление персонала, чел.	819 583	1 031 294	125,8	7
	Выплата в пенсионном плане, млн руб.	0	0	0,0	0
Итого баллы					36

Источник: [45].

В таблице ниже Показатели внутренних СИ, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «Газпром» (табл. 2.22).

Таблица 2.22

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «Газпром»

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Потребители	Отсутствие исков	0	0	0	9
	Выплата дивидендов	7,2	7,89	109,583	12
Добросовестная деловая практика	Количество нарушений, выявленных по результатам	9	0	0	10

Продолжение таблицы 2.22

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Добросовестная деловая практика	Количество нарушений, выявленных по результатам проверок	9	0	0	10
	Программы по развитию бизнеса	1	1	100	10
	Совместные инициативы с конкурентами	0	0	0	9
Итого баллы					22

Источник: [45]

Таблица 2.23

Показатели эффективности СИ и СП, которые оцениваются с точки зрения бизнеса в ПАО «Газпром»

Внешние СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	89	102	114,6	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	403,52	411,42	102,0	29

Источник: [45]

В соответствии с представленными расчетами составим общую таблицу показателей ЭСИСП в разрезе групп (табл. 2.24).

Таблица 2.24

Сводная таблица показателей ЭСИПС для ПАО «Газпром»

Группы факторов ЭСИПС	Значение
Развитие материальной среды	21
Социальное и гуманитарное развитие	4
Человеческий капитал	36
Потребители	12
Добросовестная деловая практика	10
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	29
Итого	133

Источник: [составлено автором].

Представленные расчеты свидетельствуют о том, что общий показатель эффективности социальной деятельности ПАО «Газпром» составляет 133.

Рассчитаем аналогичные показатели для ПАО «Лукойл» (табл. 2.25).

Таблица 2.25

Показатели эффективности внешних СИ и СП с позиции общества в ПАО
«Лукойл»

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Развитие материальной среды	Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды	53 286	48 161	90,4	7
	Предупреждение чрезвычайных ситуаций и реагирование на них	150	150	100,0	7
	Обращение с отходами, тыс. т	н.д.	н.д.	-	7
Социальное и гуманитарное развитие	Социально-экономическое сотрудничество с регионами, млрд руб.	3,8	4,1	107,9	4
	Финансирование социальной сферы регионов, млн руб.	76,8	106,5	138,7	4
	Благотворительность, млн руб.	9,7	8,4	86,6	6
	Поддержка коренных малочисленных народов Севера, млн руб.	304,9	304,3	99,8	6
	Расходы на спонсорскую деятельность, млн руб.	2 156,42	2 373,88	110,1	9
Итого					43

Источник:[43]

Далее рассчитаем показатели внутренних социальных инвестиций, оцениваемых с точки зрения социальной среды в ПАО «Лукойл» (табл. 2.26).

Таблица 2.26

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с точки зрения социальной среды в
ПАО «Лукойл»

Внутренние СИ	Показатели	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Человеческий капитал	Рост з/п	72	82,6	114,7	6
	Рост профессионально-технических компетенций, чел.	60 300	69 571	115,4	8
	Рост корпоративных и управленческих компетенций, тыс. чел.	0	0	0,0	0

Продолжение таблицы 2.26

Внутренние СИ	Показатели	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
	Обучение и подготовка персонала	50 395	52 582	104,3	7
	Общая численность молодых работников, чел.	26 275	43 787	0,0	6
	Улучшение жилищных условий, тыс. руб.	215 405	183 817	85,3	5
	Оздоровление персонала, чел.	16,7	16,6	99,4	6
	Выплата в пенсионным планом, млн руб.	1 763	1 804	0,0	6
Итого					44

Источник: [составлено автором; 43]

В таблице 2.27 представлены показатели внутренних СИ, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «Лукойл».

Таблица 2.27

Показатели внутренних СИ, оцениваемых с позиции самого Бизнеса в ПАО «Лукойл»

Группы СИ	Направления СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Потребители	Отсутствие исков	0	1	-	0
	Выплата дивидендов	65	75	115,385	12
Добросовестная деловая практика	Количество нарушений, выявленных по результатам проверок	21	16	76,1905	10
	Программы по развитию бизнеса	2	2	100	10
	Совместные инициативы с конкурентами	0	0	0	0
Итого					42

Источник: [43]

Далее аналогично ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «Газпром» рассмотрим Показатели эффективности СИ и СП, которые оцениваются с точки зрения бизнеса в ПАО «Лукойл»

Таблица 2.28

Показатели эффективности СИ и СП, которые оцениваются с точки зрения бизнеса в ПАО «Лукойл»

Внешние СИ	2015 год	2016 год	Динамика, %	Баллы
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	680	730	107,4	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	291,135	206,794	71,0	29

Источник: [43]

В соответствии с представленными расчетами составим общую таблицу показателей ЭСИСП в разрезе групп (табл. 2.29).

Таблица 2.29

Сводная таблица показателей ЭСИПС для ПАО «Лукойл»

Группы факторов ЭСИПС	Значение
Развитие материальной среды	14
Социальное и гуманитарное развитие	29
Человеческий капитал	44
Потребители	12
Добросовестная деловая практика	20
Известность и узнаваемость, количество публикаций в прессе за год	21
Рост чистой прибыли, млрд руб.	29
Итого	169

Источник: [составлено автором].

В ПАО «Лукойл» общая сумма баллов ЭСИС составляет 169. Для оценки показателей ЭСИПС в разрезе анализируемых предприятий определим лидера (рис. 2.1).

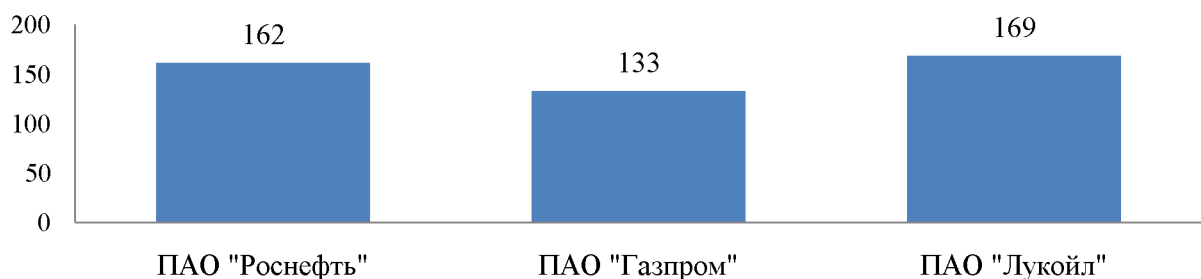


Рисунок 2.1. Лидер по показателям ЭСИПС, баллы

Отсюда следует, что среди анализируемых предприятий (ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл») лидирующее положение принадлежит ПАО «Лукойл». Представленная компания обладает наибольшим количеством баллов – 169.

2.3. Влияние корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность предприятий

Особое значение при формировании конкурентоспособности предприятия уделяется корпоративной социальной ответственности. Можно выделить некоторые аспекты, в рамках которых возможно оценить влияние КСО компании на ее конкурентоспособность. В первую очередь, это укрепление корпоративного имиджа, что в современной экономике даже важнее роста текущих финансовых результатов. Рост корпоративного имиджа в этом случае достигается как среди широкой общественности и государственных институтов, так и среди собственного персонала и клиентов. Компания, зарекомендовавшая себя в качестве серьезного инвестора в социальную сферу, осуществляющего последовательные действия в этом направлении, может рассчитывать на лояльное отношение всех заинтересованных сторон. Безусловно, первоочередную роль в этом процессе играет согласованность работы функциональных подразделений, занимающихся КСО и связями с общественностью, которая обеспечивает грамотное позиционирование компании как социального инвестора и грамотную огласку ее общественной миссии.

Во-вторых, деятельность компании в области КСО и устойчивого развития делает компанию более привлекательным объектом инвестирования, что впоследствии приводит к повышению акционерной стоимости компании. Идея корпоративной социальной ответственности заключается в том, что социально-ориентированная деятельность приводит к

повышению конкурентоспособности компании, что может выражаться в повышении инвестиционной привлекательности компании, усилении трудовой мотивации, а также повышении деловой репутации компании. Взаимосвязь между конкурентоспособностью компании и её социальной ответственностью представляется неоднозначной.

Так, в широко цитируемом отчете по анкетному опросу 250 респондентов из числа представителей бизнеса, некоммерческих организаций, политических и экспертных кругов, отмечается следующее: «...хотя большая часть бизнеса придерживается той точки зрения, что реализация принципов корпоративной 73 социальной ответственности имеет позитивное воздействие на конкурентоспособность, особенно в долгосрочном плане, его представители тем не менее не в состоянии привести более точные, количественные оценки, характеризующие этот эффект». Оценка коммерческого эффекта от вложений в корпоративную социальную ответственность компании затруднена в силу того, что зачастую эффект проявляется косвенным образом. Так в докладе, инициируемом ООН отмечается, что компании с высоким уровнем гражданской активности получают также «социальную прибыль» (socialprofits).

Существуют эмпирические исследования подтверждающие повышение эффективности деятельности компаний, активно занимающихся КСО, подробный анализ которых проведен в работах Никитиной Л.М. и Перцевой Е.Ю. Имеются также эмпирические свидетельства отрицательной зависимости КСО и финансовой эффективности компании. Так, в исследовании Анкудинова А.Б., Яровинской М.С. эконометрический анализ показал слабую отрицательную взаимосвязь между политикой социальной ответственности в целом и финансовой эффективностью российских компаний.

Целью данного исследования является доказательство, что компании, реализующие собственные социальные и благотворительные программы, тем самым повышают свою конкурентоспособность. Данные о корпоративной

социальной ответственности получены на основе анализа отчетов в области устойчивого развития, размещенных на официальных сайтах компаний. В рамках данного исследования предлагается использование методики рейтинговых оценок корпоративной социальной ответственности в компаниях. Данная методика позволяет в наглядной и понятной форме предоставить результаты сопоставления КСО в компаниях по ряду показателей. Сфера КСО включает управление деятельностью компании в области экологии, промышленной безопасности и охраны труда, развития персонала, внешней социальной деятельности, взаимоотношений компании со всеми группами стейкхолдеров. Поэтому предлагается оценить корпоративную социальную ответственность компаний исходя из объема инвестиций, направленных на конкретную сферу КСО.

Исследование и оценку КСО в российских промышленных компаниях предлагается проводить по двум направлениям: реализация программ внутренней КСО и программ внешней КСО. В качестве количественного аспекта предполагается оценка затрат компании на соответствующие программы и инициативы. К внутренней КСО относятся программы направленные на развитие и социальной поддержки собственного персонала и поэтому она ограничена рамками данной компании. Реализация внешней КСО подразумевается в форме осуществления благотворительности, спонсорской, природоохранной деятельности, развития инфраструктуры региона и т.д. (табл. 2.30).

Таблица 2.30

Направления исследования и оценки КСО в компаниях

Внутренняя КСО	Внешняя КСО
Наличие стабильной заработной платы; Развитие профессионального уровня работников; Безопасность трудовой деятельности; Предоставление дополнительного медицинского и социального страхования; Оказание материальной помощи работникам; Организация и проведение спортивных	Осуществление взаимодействия с местным сообществом и органами местной власти; Осуществление спонсорства и корпоративная благотворительность; Ответственность перед потребителем за качество производимой продукции; Участие в мероприятиях, связанных с охраной окружающей среды; Оказание содействия внедрению жилищных

Продолжение таблицы 2.30

Внутренняя КСО	Внешняя КСО
мероприятий для работников; Оказание помощи ветеранам, инвалидам и пенсионерам	программ для населения; Участие в инновационных и образовательных проектах и разработках, которые направлены на развитие человеческого капитала и региона; Оказание поддержки социально незащищенным слоям населения; Взаимодействие с органами власти по вопросам развития инфраструктуры региона

Источник: [42, 115]

Направления исследования и оценки КСО, представленные в таблице 2.30, являются исчерпывающими элементами, которые входят в сферу социальной ответственности предпринимательской деятельности.

Рассмотрим объемы корпоративной социальной ответственности в разрезе анализируемых компаний (табл. 2.31).

Таблица 2.31

Объем инвестиций ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл» на корпоративную социальную ответственность с 2015-2016 гг., млн руб.

Наименование направлений поддержки	ПАО НК "Роснефть"		ПАО "Газпром"		ПАО "Лукойл"	
	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год	2015 год	2016 год
Социально-экономическое сотрудничество с регионами, млрд руб.	4,069	2,403	н.д	н.д	3,8	4,1
Финансирование социальной сферы регионов, млн руб.	4069,1	2403	н.д	н.д	76,8	106,5
Благотворительность, млн руб.	2 283	1 879	н.д	н.д	9,7	8,4
Поддержка коренных малочисленных народов Севера, млн руб.	54,1	48,2	н.д	н.д	304,9	304,3
Расходы на спонсорскую деятельность, млн руб.	763,7	973	н.д	н.д	2 156,42	2 373,88

Таким образом, рассматриваемые компании реализуются программы социальной ответственности в различных направлениях. При этом объемы расходуемых денежных средств в компаний отличаются.

Крупнейшие российские нефтегазовые компании финансируют различные проекты, программы и мероприятия, которые не приносят им доход и не связаны с их сферой деятельности, а нацелены на развитие местных сообществ, где располагается бизнес компании. Данная деятельность называется корпоративной социальной ответственностью и реализуется с целью повышения качества жизни на местах и улучшения имиджа компании. Финансирование подобных проектов обычно реализуется в рамках соглашений с регионами и имеет многолетний характер.

В 2016 году все крупнейшие российские нефтегазовые компании (без учета ПАО «Газпром» из-за отсутствия данных) за исключением ПАО «Газпромнефть» увеличили объем социальных инвестиций по сравнению с 2014 годом. Темп прироста инвестиций составил до +80% у «ЛУКОЙЛа», а их объем находился в диапазоне нескольких миллиардов рублей в год. Такой рост инвестиций в 2016 году, который сопровождался низкими ценами на нефть и газ, объясняется несколькими факторами.

Во-первых, это используемый механизм финансирования социальных проектов, большая часть которых планируется и обеспечивается необходимым финансированием заранее (в предыдущем финансовом году). Во-вторых, финансовое состояние большинства нефтегазовых компаний в 2016 году было относительно стабильным — рублевая выручка и прибыль росли за счет сильной девальвации рубля и увеличения объема продаж, в том числе экспортных. Поддержала компании также система налогообложения отрасли, которая ориентирована на обеспечение их устойчивости, а основные финансовые потери при снижении цен на нефть несет государство.

Территориальный охват социальных инвестиций компаний зависит от географии их бизнеса и его размера. «Газпром» посредством своих дочерних обществ присутствует почти в каждом регионе страны, в которых и реализуются социальные проекты. «Роснефть» в вопросе реализации делает акцент на регионы присутствия (добычи и переработки нефти), однако также располагает широкой географией реализации проектов (табл. 2.32).

Региональная структура социальных инвестиций нефтегазовых компаний

Компания	Основные регионы социальных инвестиций
ПАО «Газпром»	Большая часть регионов России
ПАО «Роснефть»	Акцент на регионы присутствия (добыча и переработка нефти)
ПАО «Лукойл»	Акцент на регионы присутствия (добыча и переработка нефти)

Основной объем средств приходится на развитие социальной инфраструктуры, образования и спорта. Отраслевая структура инвестиций компаний определяется также и региональной спецификой.

ГЛАВА 3. ВОЗМОЖНОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ ОРГАНИЗАЦИЙ

3.1. Рекомендации и мероприятия по совершенствованию программ

С целью совершенствования образования и развития корпоративной социальной ответственности, на наш взгляд, требуется реализация государственным органом конкретных мер, а именно:

1. Государству необходимо обеспечивать равный, строгий и эффективный контроль над выполнением всеми участниками корпоративных отношений социальных, финансовых и других обязательств, которые определяются законодательством, а в том числе над обеспечением доступности декларируемых государством гарантий. В то же время реализация представленной меры должно осуществляться постепенно в связи с тем, что в современной экономике, в которой действуют в соответствии с договоренностями, а не формальными законами. Осуществление резкого перехода к контролю соблюдения законов может способствовать формированию коллапса существенной части экономической деятельности, что приводит к ухудшению социально-экономической ситуации в государстве.

2. Государственным структурам почти всех уровней необходимо отказаться от применения методов как прямого, так и косвенного принуждения бизнеса к выполнению любых социальных обязательств сверх минимума, установленного законодательством. Отражение представленного положения должно осуществляться в официальном документе и осуществлять защиту прав бизнеса на получение максимальной прибыли.

3. Государству необходимо обеспечивать процесс развития деловых практик и обычаев социально ответственного поведения. Достижение

представленного положения осуществляется за счет общественного поощрения социальной ответственности, продвижения механизмов общественного признания социальной активности бизнеса. Государство, нацеленное на концентрацию достаточного контроля над главными сферами экономической и общественной жизни, имеет все требуемые рычаги и механизмы для дальнейшего развития этого направления.

4. Со стороны государства требуется приложить все усилия, связанных с образованием благоприятного общественного мнения применительно к российскому бизнесу и его конструктивной роли в общественно-экономическом развитии России. Достижение представленной цели, на наш взгляд, осуществляется благодаря применению апробированных методик и технологий увеличения имиджа государства и российских компаний за рубежом.

5. Государству также требуется формирование системы консультаций с общественными организациями в отношении определения и решения повседневных проблем общества, в том числе предоставлять активную и системную поддержку развития институтов гражданского общества. Эта мера может быть обеспечена за счет формирования эффективных механизмов финансирования гражданских инициатив, а также благодаря формированию системы независимых государственных и негосударственных агентств, которые занимаются грантовой деятельностью.

При наличии давления со стороны государства оказывается, что программы, которые реализуются в рамках социальной ответственности, не способствуют дополнению государственных гарантий, установленных законодательством. Фактически происходит их замещение, при котором компании оплачивают за реализацию таких программ два раза, а именно – в виде налоговых отчислений и в качестве средств, направленные на социальные программы.

Такое положение выступает в качестве результата отсутствия четкой границы социальной ответственного государства и предпринимательской

деятельности. Со стороны многих предприятий происходит реализация программ охраны здоровья, так как государственная системы обязательного медицинского страхования характеризуется наличием низкого качества и ограниченности в доступности всего перечня медицинских услуг. Компенсация отсутствия развитой коммунальной отрасли со стороны властей осуществляется за счет принуждения участия бизнеса в обустройстве городов, оказания поддержки инфраструктуры, систем безопасности жизни, поддержки нетрудоспособного населения. Применительно к градообразующим предприятиям особое внимание необходимо акцентировать на реализацию функций местного управления, в другой ситуации условия жизни могут быть неприемлемыми.

В качестве ключевой составляющей эффективных взаимоотношений с властью выступает паритет между властью и бизнесом. При наличии у бизнеса стремления взять на себя функции муниципалитета, то происходит отвлечение ресурсов от производства, развития и модернизации, в том числе конкурентной борьбы. В противном случае при наличии у местной власти функции управляющего городским бизнесом, исключаются равные условия для развития любой предпринимательской деятельности. При этом наблюдается повышение издержек, увеличивается бюрократическая нагрузка, повышается стоимость городских услуг.

Отсюда следует, что с целью поддержки приоритета требуется оказание поддержки регулярного диалога между властью и бизнесом, в рамках которого власть подсказывает бизнесу выгоды от реализации социальных проектов. При этом бизнес делится с властью технологиями в сфере управления и инвестирования в город. Соответственно, социальная ответственность в отношениях местная власть – бизнес не может быть определена только в качестве ответственности фирм перед муниципалитетом и не муниципалитета перед фирмой, а выступает в качестве совместной ответственности перед обществом и жителями.

Рассмотрим основные аспекты социальной ответственности для компаний:

- компаниям необходимо в полном объеме осуществлять взятые на себя добровольно социальные обязательства и в полном объеме в соответствии с законодательством;

- необходимо оказывать содействие государственным органам в совершенствовании законодательных норм, направленных на регулирование социальной ответственности предпринимательской деятельности. Помимо этого, требуется вовлечение общественных объединений и других компаний для определения норма и принципов поведения бизнеса;

- необходимо проявлять стремление к расширению сформировавшегося круга ключевых заинтересованных сторон, посредством добавления акцента на мало вовлеченные стороны, а именно – СМИ, местные сообщества, объединения предпринимателей, сообществ потребителей и защитников окружающей среды и др.;

- требуется формирование эффективных способов раскрытия сведений о собственной социальной активности, к примеру, благодаря механизмам социальной отчетности. В данном случае социальная отчетность должна быть добровольной, а закрепление основных параметров и требуемых показателей ответственности осуществляется в качестве законодательных актов во время консультаций бизнес, общественных объединений и власти.

На наш взгляд, в качестве одного из наиболее эффективных способов по объединению усилий бизнеса, власти и общества может быть формирование фонда местного сообщества, ключевой целью которого выступает развитие одной территории и имеющихся вкладов благодаря вкладам местного бизнеса. В сущности, такой фонд может выступать в качестве сервиса для бизнеса, а именно – обеспечивается PRсоциальных проектов, происходит систематизация благотворительной работы

разрозненных предприятий, происходит выполнение функций распоряжения средствами.

Организация такого фонда будет характеризоваться формированием существенных преимуществ по сравнению с частными фондами, применяющими средства в одном направлении, а также перед государственными фондами, средства которых власть применяет на удовлетворение собственных нужд. В данном случае формирование преимущества для бизнеса осуществляется в качестве благотворительных программ, а именно:

- отсутствует потребность в самостоятельном контроле движения средств;
- в зависимости от роста бизнеса отсутствует потребность в отборе или отказе увеличивающемуся количеству просителей помощи, которые могут быть направлены в фонд, рассматривающий такие заявки.

Применение такой схемы аккумуляции и распределения ресурсов может быть признано эффективным способом обсуждения всех заинтересованных лиц и общим «кошельком» для власти, бизнеса и общества, в рамках которого происходит перемешивание средств и интересов всех сторон, которые способны улучшить жизнь территории. В данном случае система принятия решений в фонде может быть коллегиальной, а в совете должны заседать представители бизнеса, власти и представители общественных организаций.

В соответствии с имеющимся положением дел, в рамках которого правительство сохраняет за собой собственность на все виды ресурсов, неотъемлемым моментом является законодательное закрепление и утверждение процедур консультации с местными жителями до начала реализации разведки и эксплуатации ресурсов, в том числе до выдачи разрешения на деятельность требуется разъяснение населению предполагаемых отрицательных результатов разработки ресурсов.

Помимо этого с целью развития корпоративной социальной ответственности бизнеса, государству, который снимает с себя только часть социальной ответственности, требуется выбрать один из двух путей, а именно:

- либо взять на себя социальную ответственность и не справляться;
- либо заставить другие формы общественной организации, в первую очередь, крупный и средний бизнеса, взять на себя такую ответственность.

Для недопущения такого развития событий бизнес требуется осуществлять самостоятельный выбор на себя ответственности добровольным образом, при этом акцентируется внимание на ключевую роль своего существования. Облегчение такого варианту предполагает необходимость выполнения государством двух ролей: первая - в качестве заинтересованного лица. Такое положение свидетельствует о том, что государственным органам необходимо заниматься стимулированием социально ответственного бизнеса к деятельности. Внесение изменений в законодательство о государственных закупках способствует формированию преимущественного права на госзаказ для социально ответственных предприятий. В то же время требуется реализация федеральных, региональных и местных конкурсов на осуществление поставки товаров или услуг для нужд органов власти.

Вторая роль государства в качестве регулятора социально-экономических процессов способствует стимулированию социальных инвестиций в неключевые заинтересованные стороны. Результатом того, что бизнеса достаточно хорошо может осуществлять оценку рискованности инвестиций, является низкая рискованность инвестиций. Сотрудничество с неключевыми заинтересованными лицами, которые могут увеличить финансовый результат компании, способствует формированию приемлемой отдачи от таких инвестиций.

Следующим моментом является выполнением государством работы, направленной на формирование инфраструктуры и системы коммуникаций между бизнесом и заинтересованными лицами, в особенности, неключевыми. На современном этапе с наличием программы «Электронная Россия» органы власти, учебные заведения, в том числе широкая общественность и негосударственные организации имеют выход в сеть Интернет, благодаря которой происходит существенное облегчение коммуникации между бизнесом и этими лицами. Развитие представленного направления способствует формированию базы данных получателей социальных инвестиций и компаний для реализации быстрого поиска получателей социальных инвестиций.

Таким образом, развитие корпоративной социальной ответственности должно регулироваться и поддерживаться на государственном уровне. Кроме того, результаты исследования корпоративной социальной ответственности в ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» являются неоднозначными. В ПАО «Лукойл» социальные программы являются наиболее эффективными. В то же время ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» необходимо реализовать мероприятия, направленные на увеличение эффективности реализации социальных программ.

Со стороны ПАО «Роснефть» формирование взаимоотношений с заинтересованными сторонами и органами государственной власти в регионах присутствия осуществляется в соответствии с принципом социальной ответственности бизнеса. Компания использует системный подход в решении социальных вопросов и управлении социальными инвестициями, что способствует уменьшению социальных рисков, организации долгосрочных плодотворных отношений с регионами присутствия и укрепления имиджа социально ответственной компании.

Благодаря деятельности ПАО «Роснефть» вносится существенный вклад в развитие регионов присутствия. Кроме того, проекты, которые реализуются компанией, способствует развитию местных предприятий,

социальной сферы, кадрового состава, инфраструктуры, а также повышению инвестиционной привлекательности регионов. В качестве одной из целей региональной политики предприятия необходимо выделить формирование благоприятных условий для комфортной реализации предпринимательской деятельности в регионах присутствия, которые способствуют привлечению высококвалифицированных трудовых ресурсов. Соответственно, компания акцентирует ключевое внимание на развитие современной, удобной для жизни инфраструктуры городов и поселков, высокому качеству медицинского обслуживания, развитию спорта, образования и культуры.

Наибольшую важность обладают вопросы, связанные с социальным развитием применительно к территориям, которые находятся в некоторой удаленности от больших городов, как правило, в суровых климатических условиях. Кроме того, компания выделяет существенные денежные средства на социальное развитие. По итогам 2016 года ПАО «Роснефть» является наиболее крупным налогоплательщиком на территории Российской Федерации. Формализация единых принципов и подходов к взаимодействию предприятия с органами государственной власти и управления, в том числе заинтересованными сторонами в регионах присутствия осуществляется в Политике в области регионального развития и взаимодействия с субъектами РФ.

Со стороны ПАО «Газпром» осуществляется постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами, которые рассматриваются в качестве ключевого инструмента реализации стратегии устойчивого развития. ПАО «Газпром» акцентирует существенное внимание на интересы стейкхолдеров, которые сопоставляются с интересами компании в целом. Компания проявляет стремление к формированию сбалансированного подхода к взаимодействию со стейкхолдерами, основными направлениями которого являются гармонизация интересов всех заинтересованных сторон и достижение целей устойчивого развития.

Приоритетные моменты взаимодействия ПАО «Газпром» со стейкхолдерами содержатся в следующие документах предприятия, а именно:

- кодекс корпоративного поведения;
- корпоративный кодекс;
- документы, которые регламентируют отдельные направления деятельности.

ПАО «Лукойл» выделяет следующие способы взаимодействия с заинтересованными сторонами:

- официальный сайт;
- консультационный центр;
- встречи с менеджментом;
- внутренний портал;
- телефон доверия;
- корпоративные СМИ;
- горячая линия;
- дочерние общества;
- официальный контроль;
- проведение встреч;
- участие в рабочих органах.

В связи с тем, что деятельность ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» и ПАО «НК «Роснефть» осуществляется в одной отрасли экономики, то стейкхолдеры являются практически идентичными.

Таким образом, в результате анализа КСО ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Лукойл» и ПАО «Газпром» были выделены конкретные недостатки и проблемы:

- 1) за анализируемый период зафиксировано снижение объемов инвестиций на КСО, а именно:

– ПАО «НК «Роснефть» - снижение поддержки коренных малочисленных народов Севера; снижение финансирования социальной сферы регионов; снижение расходов на благотворительность;

– В ПАО «Газпром» отсутствуют какие-либо сведения об объемах инвестиций в КСО, что, безусловно, является отрицательным моментом;

– ПАО «Лукойл» - снижение расходов на благотворительность; снижение расходов на поддержку коренных малочисленных народов Севера.

2) Результаты анализа эффективности социальных инвестиций и социального партнерства свидетельствуют о том, что наибольшей эффективностью обладает ПАО «Лукойл» (169 баллов). ПАО «НК «Роснефть» составляет 162 балла. ПАО «Газпром» обладает минимальным значением ЭСИСП среди анализируемых предприятий – 133 балла. Такое положение свидетельствует о том, что компании необходимо акцентировать внимание на совершенствование КСО.

3) Результаты расчета интегрального коэффициента эффективности социальных программ в рассматриваемых предприятиях свидетельствуют о том, что ПАО «Лукойл» обладает наибольшим показателем эффективности (28,688). Отставание ПАО «Роснефть» является несущественным и показатель эффективности социальных программ составляет 28,340. ПАО «Газпром» обладает наименьшей эффективностью социальных программ – 28,260. Отсюда следует, что ПАО «Газпром» и ПАО «НК «Роснефть» необходимо реализовать мероприятия, направленные на повышение эффективности социальных программ.

При совершенствовании корпоративной социальной ответственности в российских компаниях, в частности, в ПАО «Лукойл», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром» необходимо акцентировать внимание на опыт зарубежных компаний. Так, функционирование нефтегазовых компаний связано с рисками для окружающей среды, здоровья человека и экономик территорий присутствия. Со стороны западных компаний акцентируется существенное внимание на реализацию социальной политики в наибольшей

степени, чем в развивающихся странах. Основной причиной такого положения является действие нескольких факторов:

1. наличие зрелой культуры прозрачного ведения предпринимательской деятельности и наличие высоких ожиданий акционеров из развитых стран по природоохранной деятельности и соблюдению этических принципов;

2. в случае активной экспансии за рубеж компании реализуют социально значимые инвестиции для формирования положительного имиджа и по договоренности с местными властями.

В понимании западных компаний корпоративная социальная ответственность должна включать в себя социальные значимые инвестиции, которые не направлены на получение прямой коммерческой выгоды. Со стороны западных нефтегазовых компаний осуществляется поддержка направлений, которые спонсируются (здравоохранение, медицина, спорт), так и наиболее важных сфер своей деятельности (техническое образование, транспортная инфраструктура, доступ к энергии). Осуществление социальных расходов западных компаний организовано через специализированные фонды компаний, организацию мероприятий за свой счет, осуществления прямых дотаций другим предприятиям и гражданам, проведение добровольной работы сотрудников.

Рассмотрим основные направления социальной политики наиболее крупных по выручке западных нефтегазовых компаний в 2015 году (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Основные параметры социальной политики наиболее крупных по выручке западных нефтегазовых компаний в 2015 году

Наименование компании	Социальные расходы, млн долл.	Наличие специальной отчетности	Ключевые направления реализации социальной ответственности
Total (Франция)	585	Corporate Social Responsibility Report	Работа с местным населением, в т.ч. поддержка образования

Продолжение таблицы 3.1

Наименование компании	Социальные расходы, млн долл.	Наличие специальной отчетности	Ключевые направления реализации социальной ответственности
ExxonMobil(США)	279	Corporate Citizenship Report	Многосторонняя работа с местным населением: здравоохранение, образование, поддержка женщин развивающихся стран
Chevron (США)	240	Corporate Responsibility Report	Защита прав человека, поддержка уязвимых слоев населения
RoyalDutchShell(Нидерланды, Великобритания)	160	Sustainability Report	Акцент на связанных с работой компании проблемах: безопасность на дорогах, доступ к энергии, поддержка местного бизнеса
BP (Великобритания)	100	Sustainability Report	Поддержка общественных организаций для улучшения системы управления
Eni (Великобритания)	80	Доклад Eni For	Работа с местным населением, особенно с детьми наименее развитых стран

Таким образом, реализация социальной политики наиболее крупных мировых нефтегазовых компаний осуществляется в следующих направлениях:

- работа с местным населением;
- защита прав человека;
- поддержка уязвимых слоев населения;
- акцент на связанных с работой компании проблемах;
- поддержка общественных организаций;

В настоящее время в рассмотренных российских нефтегазовых компаниях (ПАО «Лукойл», ПАО НК «Роснефть», ПАО «Газпром») социальная политика осуществляется в следующих направлениях:

- поддержка социальной инфраструктуры (культура, здравоохранение, спорт, образование);
- работа с регионами присутствия;

- спонсорская помощь, благотворительность;
- работа с местным населением.

Соответственно, социальная политика российских нефтегазовых компаний в основном нацелена на развитие социальной инфраструктуры (культура, спорт, образование, здравоохранение). На наш взгляд, этого недостаточно для обеспечения высокого уровня корпоративной социальной ответственности с зарубежными компаниями. Соответственно, нами предлагается включить в состав социальной политики такие направления, как:

- поддержка общественных организаций;
- поддержка местного бизнеса.

Включение представленных направлений в социальную политику российских нефтегазовых компаний будет способствовать росту лояльности стейхолдеров и, соответственно, будет оказывать положительное влияние на деловой имидж компании.

3.2. Оценка социально-экономического эффекта предложенных мероприятий

С целью совершенствования корпоративных социальных программ ПАО «Лукойл», ПАО НК «Роснефть», ПАО «Газпром» нами предлагается реализовать в этих компаниях социальные проекты в следующих направлениях:

- поддержка общественных организаций;
- корпоративное волонтерство.

В настоящее время поддержка общественных организаций на территории России осуществляется исключительно государством в качестве выделения субсидий на реализацию конкретных целей. На наш взгляд,

наиболее предпочтительным для нефтегазовых компаний является предоставление субсидий общественным организациям на поддержку программ и проектов, которые инициируются некоммерческими организациями.

Некоммерческие организации, в первую очередь, занимаются предоставлением социальных услуг, в состав которых включаются:

- предоставление безвозмездных услуг в социальной сфере наиболее нуждающимся группам населения: бездомным, безработным, беженцам и др.;
- организация гражданского контроля, который оказывает содействие развитию законотворчества;
- организации, которые занимаются защитой прав человека;
- организации, деятельность которых направлена на сохранение и защиту окружающей среды;
- организации, деятельность которых нацелена на сохранение и защиту окружающей среды;
- организации по развитию управленческих кадров, управленческой среды и инфраструктуры, площадки по обмену управленческими навыками, опытом и компетенциями для повышения качества управленческих кадров.

На примере нефтегазовых компаний, на наш взгляд, необходимо использовать конкретные направления для развития, а именно:

- осуществление поиска новых партнерств на взаимовыгодных условиях, для изменения и совершенствования общественной среды через реализацию проектов;
- организацию модельных школ и программ, финансирование которых осуществляется за счет организации и партнеров;

- организация и проведение вместе с юридическими компаниями льготных и бесплатных консультаций для социально защищенных слоев населения;
- предоставление консультаций на льготных условиях по социальному и бизнес-проектированию;
- предоставление консультаций по ресурсному управлению проектами предприятий;
- проведение лекций и семинаров экспертов организации для студентов на бесплатной основе, для руководителей коммерческих компаний с целью развития конкуренции;
- совершенствование и развитие новых направлений деятельности на льготных и бесплатных условиях;
- реализация исследований общественного мнения о деятельности компании.

Таким образом, поддержка общественных организаций в качестве одного из направлений социальной политики нефтегазовых компаний будет способствовать повышению эффективности компаний и конкурентоспособности. Кроме того, реализация представленного мероприятия будет оказывать положительное влияние на рост эффективности социальных программ (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Изменение интегрального коэффициента эффективности социальных программ в ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл»

Наименование коэффициентов	ПАО НК «Роснефть»		ПАО «Газпром»		ПАО «Лукойл»	
	До	После	До	После	До	После
Количественный коэффициент	7,085	7,22	7,065	7,21	7,172	7,23
Качественный коэффициент	4	4	4	4	4	4
Интегральный коэффициент	28,34	28,88	28,26	28,84	28,69	28,92

Данные, представленные в таблице 3.2, свидетельствуют о том, что благодаря включению в корпоративную социальную политику нефтегазовых

компаний будет наблюдаться роста интегрального коэффициента эффективности социальных программ (рис. 3.1).

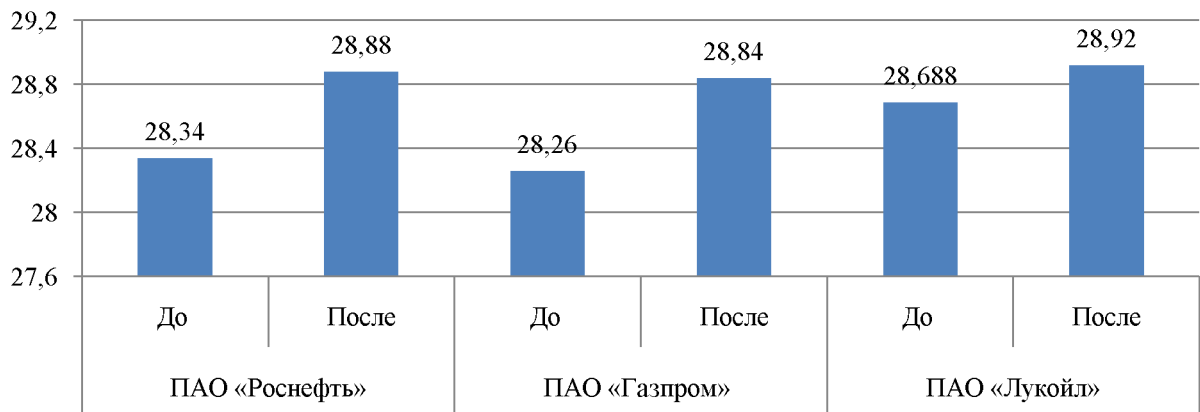


Рисунок 3.1 – Изменение коэффициента эффективности социальных программ, баллы

Таким образом, интегральный коэффициент эффективности социальных программ в рассматриваемых нефтегазовых компаниях будет увеличиваться. Увеличение будет следующим: ПАО «Лукойл» - с 26,866 до 28,92; ПАО «НК «Роснефть» - с 28,34 до 28,88; ПАО «Газпром» - с 28,26 до 28,84. Полученные значения свидетельствуют о том, что благодаря реализации разработанного мероприятия будет наблюдаться совершенствование эффективности социальных программ нефтегазовых компаний.

Второе мероприятие направлено на развитие корпоративного волонтерства в нефтегазовых компаниях. В ПАО «Лукойл» на данный момент реализуются определенные направления корпоративного волонтерства. Так, по мнению ПАО «Лукойл» добровольчество представляет собой инновационную практику корпоративной ответственности на территории России. Благодаря внедрению и реализации этого направления компания имеет возможность не только совершенствования стратегии КСО, но и программы развития персонала становятся более привлекательными, разнообразными и востребованными, в том числе наблюдается повышение качества жизни работников и их семей.

Волонтеры из состава персонала нефтегазовой компании работают с целью решения проблем социальной справедливости, расширения деятельности людей пожилого возраста и людей с ограниченными возможностями здоровья. Кроме того, благодаря волонтерской деятельности сотрудников компании оказывается необходимая помощь детям, молодежи и взрослым при получении новых знаний и навыков, а также освоения новых сфер деятельности. Деятельность волонтеров направлена на посадку деревьев, очистку береговых линий, уборку парков и скверов, восстановление исторических зданий. Корпоративные волонтеры в процессе своей деятельности применяют собственные профессиональные навыки и личные качества, собственные способности по организации и управления проектами, а также понимание и навыки целеполагания, энтузиазм и приверженность делу.

Корпоративное волонтерство представляет собой волонтерские программы, реализация которых осуществляется работниками конкретной компании. Это может стать частью корпоративно-социальной ответственности, направленная на реализацию стратегии продвижения собственного бренда, а также выступает в качестве инструмента, способствующего росту эффективности работы и мотивации персонала. Как правило, корпоративное волонтерство направлено на достижение 3 целей:

- 1) улучшение имиджа среди местного населения;
- 2) повышение мотивации работников своей команды;
- 3) появление возможности формирования отчета перед акционерами о социально ответственном бизнесе, демонстрация полученных результатов общественности.

Определим основания, в соответствии с которыми образуется корпоративное волонтерство в компании:

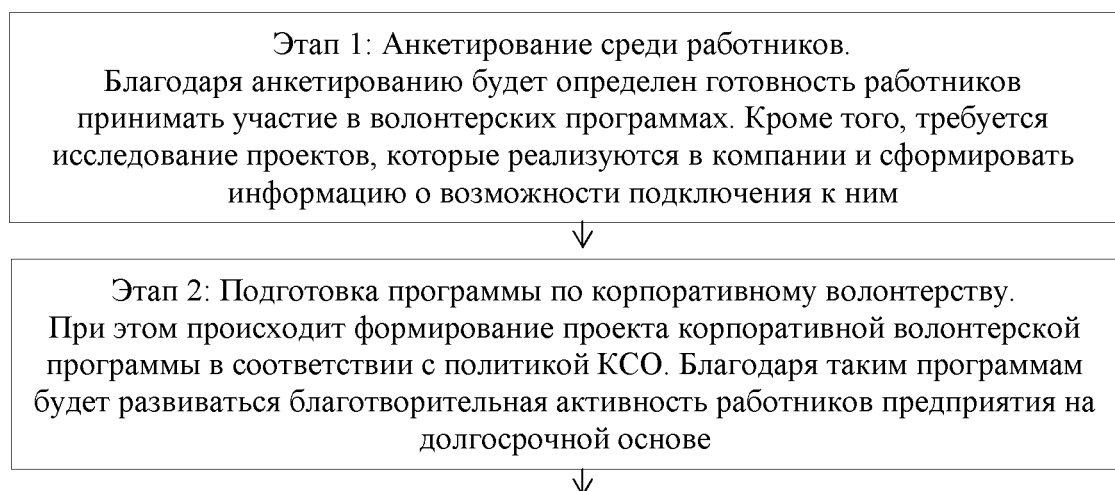
- требования и традиции головного офиса компании;
- наличие программ, регламентирующих корпоративную социальную ответственность;

- развитие и выход компании на новый уровень на рынке;
- наличие личной инициативы топ-менеджмента компании;
- возникновение волонтерского движения среди работников по их собственной инициативе.

В рамках реализации корпоративного волонтерства нефтегазовые компании могут осуществлять деятельность в конкретных направлениях, а именно:

- оказание помощи детям, которые оказались с трудной жизненной ситуацией;
- оказание необходимой помощи инвалидам;
- оказание помощи пожилым людям;
- оказание помощи беженцам и бездомным;
- разработка и реализация социальных и экологических программ;
- предоставление услуг в области здравоохранения, образования и социальной защиты;
- благоустройство территорий;
- обмен опытом и координация в области корпоративного волонтерства.

Так, в рассматриваемых нами нефтегазовых компаниях процесс внедрения и развития корпоративного волонтерства должен быть реализован в несколько этапов (рис. 3.2).



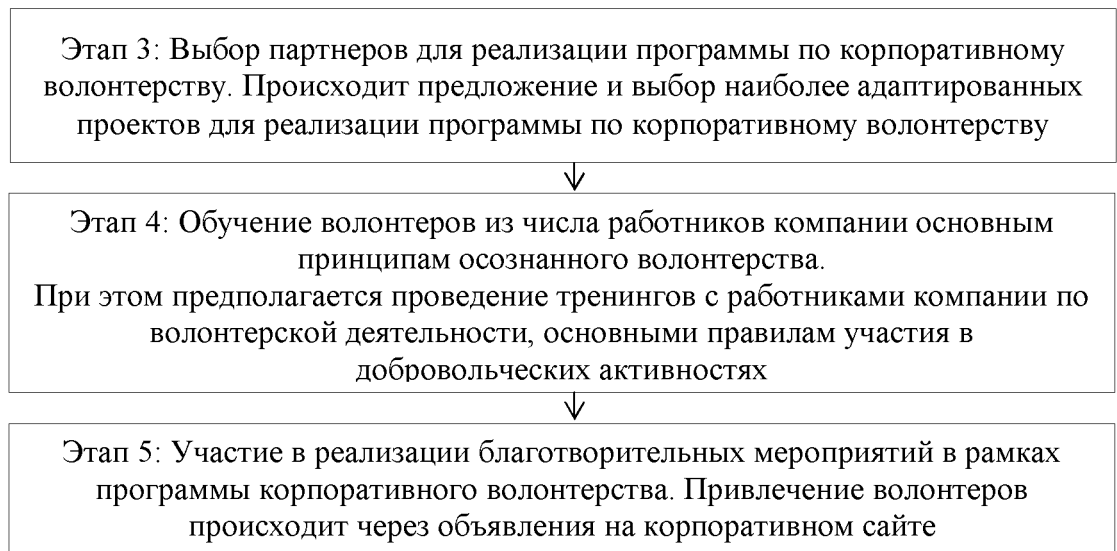


Рисунок 3.2 – Основные этапы внедрения корпоративного волонтерства в компанию

Таким образом, благодаря внедрению корпоративного волонтерства в КСО нефтегазовых компаний будет наблюдаться повышение эффективности корпоративной социальной ответственности. В то же время участие в добровольческих программах способствует реализации сотрудников своего личностного потенциала, а также дополнить профессиональную деятельность возможностью реализации непрофессиональных, актуальных, социальных интересов и потребностей.

Кроме того, реализация программы корпоративного партнерства в нефтегазовых компаниях будет способствовать повышению показателей ЭСИСП (рис. 3.3).

Данные, представленные на рисунке 3.3, свидетельствуют о том, что благодаря внедрению и реализации программ корпоративного волонтерства в нефтегазовых компаниях будет наблюдаться рост показателей ЭСИСП. Так. Показатели ЭСИСП в ПАО НК «Роснефть» и ПАО «Газпром» максимально будут приближены к показателям ПАО «Лукойл». Такое положение, безусловно, свидетельствует об эффективности и целесообразности реализации разработанного мероприятия.

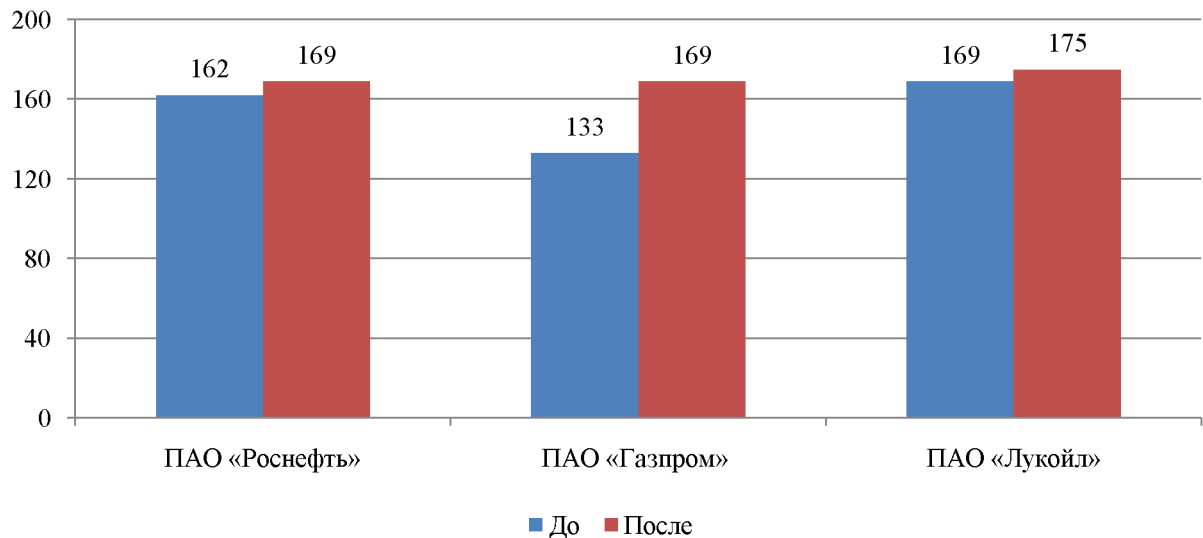


Рисунок 3.3 – Изменение показателей ЭСИСП нефтегазовых компаний до и после внедрения мероприятия, баллы

Реализация социальной ответственности. Как для корпорации в целом, так и для отдельных ее членов добровольчество является зримым проявлением социальной ответственности, значимым условием реализации своей миссии, а также активное социальное и гражданское участие. Добровольчество является значимым каналом вовлечения корпорации в активное гражданское и социальное участие, имеющее характер конструктивных социальных преобразований, дополняющих усилия иных участников социальной деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Корпоративная социальная ответственность предпринимательской деятельности представляет собой концепцию, в рамках которой происходит отражение добровольного решения предприятия принимать участие в совершенствовании общественной жизни и защите окружающей среды. Кроме того, корпоративная социальная ответственность бизнеса может рассматриваться в качестве добровольного вклада бизнеса в процессе развития общества с социальной, экономической и экологической областях, которые имеют прямую связь с основной деятельностью предприятия и выходят за границы установленного законом минимума.

Процесс управления социально-корпоративными технологиями включает в себя как экономические, так и социальные программы предприятий, которые применяются при реализации политики социальной ответственности. Отличительной особенностью социально-корпоративных технологий по сравнению с социальным партнерством, является прагматическая задача, а именно – поддержание конкурентоспособности предприятия. Соответственно, социально-корпоративные технологии оказывают помощь в образовании отношений между работодателем и наемным сотрудниками в исключительно другом порядке по сравнению с социальным партнерством.

Социальный маркетинг представляет собой определенный вид маркетинга, который состоит в разработке, реализации и контроле социальных программ, нацеленных на увеличение уровня восприятия некоторых слоев общественных конкретных социальных идей, движений или практических действий. Российская Федерация по сравнению с другими европейскими странами характеризуется отсутствием законодательного закрепления корпоративной ответственности и его добровольным характером.

Рекомендации, связанные с применением в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности «Базовые индикаторы результативности», которые были подготовлены РСПП, для продвижения идеи Социальной хартии российского бизнеса. Этот документ содержит в себе индикаторы и соответствующие им показатели экономической, социальной и экологической результативности предприятия. В данном случае основные сведения, связанные с вопросами корпоративной социальной ответственности, отражаются в обобщенной и последовательной форме. При этом происходит раскрытие сведений в нефинансовом отчете, с включением в него помимо экономических результатов нефинансовых показателей, которые характеризуют эффективность отдачи нематериальных активов предприятий.

Регулирование процесса корпоративной социальной ответственности идет на двух уровнях. Как на внутрикорпоративном, так и на государственном. Несмотря на отдельные попытки региональных властей зарегламентировать социально ответственное поведение бизнеса, основной движущей силой регулирования данного процесса остается социальная отчетность. В ближайшее время будет происходить формирование и становление этого важнейшего инструмента регулирования социальной ответственности с учетом национальных особенностей и передовых практик.

Имеются причины, которые затрудняют расчет показателей социальной ответственности российских предпринимательских структур. В первую очередь, достаточно сложно в полном объеме получать требуемые для расчетов финансово-экономические сведения в зависимости от непрозрачности для внешних пользователей. Помимо этого, достаточно часты случаи, при которых происходит включения благотворительности в бизнес-расходы. В то же время благотворительность достаточно часто имеет стихийный характер, а именно: принятие решения осуществляется руководителем в соответствии с личными мотивами, а мониторинг эффекта от его инициативы не осуществляется.

Оценка эффективности КСО в ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» должна осуществляться в полном соответствии с представленной методикой, основанием которой является расчета интегрального показателя, который включает в себя как количественные, так и качественные оценки. Представим более подробные сведения об анализируемых предприятиях.

ПАО НК «Роснефть» занимает лидирующее положение в российской нефтяной отрасли и является наиболее крупной публичной нефтегазовой корпорацией мира. В состав основных видов деятельности компании относятся осуществление поиска и разведки месторождений углеводородов, добыча нефти, газа, газового конденсата и др.

ПАО «Лукойл» является одной из наиболее крупных публичных вертикально интегрированных нефтегазовых предприятий мире, на долю которого приходится около 2% мировой добычи нефти и примерно 1% доказанных запасов углеводородов. За счет наличия полного производственного цикла, предприятие имеет возможность осуществления полного контроля всей производственной цепочки, а именно – от добычи нефти и газа до сбыта нефтепродуктов.

ПАО «Газпром» является глобальной энергетической компанией. В состав основных направлений деятельности предприятия относятся: геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка, реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии. Миссия ПАО «Газпром» заключается в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктами их переработки.

ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром» и ПАО «Лукойл» являются одними из наиболее крупных предприятий на территории России. В представленных компаниях руководство уделяется существенное внимание социальной ответственности и реализации различных социальных проектов. В рассматриваемых компаниях, а именно – ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром»,

ПАО «Лукойл» количественные параметры эффективности работы системы КСО характеризуются ростом. При расчете представленных коэффициентов данные за 2016 г. сравнивались с данными на 2015 г. Практически все показатели характеризуются повышением. Так, в ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» наблюдается снижение коэффициента изменения затрат на внешние социальные программы – 0,825 и 0,854 соответственно. В ПАО «Лукойл» произошло снижение среднесписочной численности работников, коэффициент изменения среднесписочной численности составляет 0,986.

Проведенные расчеты свидетельствуют о том, что в ПАО «Лукойл» социальные программы являются наиболее эффективными. В то же время ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» необходимо реализовать мероприятия, направленные на увеличение эффективности реализации социальных программ. ПАО «Роснефть» обладает большой эффективностью социальных инвестиций и социальных партнерств. Наиболее эффективным элементом компании является человеческий капитал – 50 баллов. Среди анализируемых предприятий (ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл») лидирующее положение принадлежит ПАО «Лукойл». Представленная компания обладает наибольшим количеством баллов – 169. В связи с тем, что деятельность ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» и ПАО «Роснефть» осуществляется в одной отрасли экономики, то стейкхолдеры являются практически идентичными.

Рассматриваемые компании реализуют программы социальной ответственности в различных направлениях. При этом объемы расходуемых денежных средств в компаниях отличаются. Крупнейшие российские нефтегазовые компании финансируют различные проекты, программы и мероприятия, которые не приносят им доход и не связаны с их сферой деятельности, а нацелены на развитие местных сообществ, где располагается бизнес компании. Данная деятельность называется корпоративной социальной ответственностью и реализуется с целью повышения качества жизни на местах и улучшения имиджа компании. Финансирование подобных

проектов обычно реализуется в рамках соглашений с регионами и имеет многолетний характер.

С целью поддержки приоритета требуется оказание поддержки регулярного диалога между властью и бизнесом, в рамках которого власть подсказывает бизнесу выгоды от реализации социальных проектов. При этом бизнес делится с властью технологиями в сфере управления и инвестирования в город. Соответственно, социальная ответственность в отношениях местная власть – бизнес не может быть определена только в качестве ответственности фирм перед муниципалитетом и не муниципалитета перед фирмой, а выступает в качестве совместной ответственности перед обществом и жителями.

Развитие корпоративной социальной ответственности должно регулироваться и поддерживаться на государственном уровне. Кроме того, результаты исследования корпоративной социальной ответственности в ПАО «Роснефть», ПАО «Лукойл», ПАО «Газпром» являются неоднозначными. В ПАО «Лукойл» социальные программы являются наиболее эффективными. В то же время ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» необходимо реализовать мероприятия, направленные на увеличение эффективности реализации социальных программ.

С целью совершенствования корпоративных социальных программ ПАО «Лукойл», ПАО «Роснефть», ПАО «Газпром» нами предлагается реализовать в этих компаниях социальные проекты в следующих направлениях:

- поддержка общественных организаций;
- корпоративное волонтерство.

Поддержка общественных организаций в качестве одного из направлений социальной политики нефтегазовых компаний будет способствовать повышению эффективности компаний и конкурентоспособности. Кроме того, реализация представленного мероприятия будет оказывать положительное влияние на рост

эффективности социальных программ. Интегральный коэффициент эффективности социальных программ в рассматриваемых нефтегазовых компаниях будет увеличиваться. Увеличение будет следующим: ПАО «Лукойл» - с 26,866 до 28,92; ПАО НК «Роснефть» - с 28,34 до 28,88; ПАО «Газпром» - с 28,26 до 28,84. Полученные значения свидетельствуют о том, что благодаря реализации разработанного мероприятия будет наблюдаться совершенствование эффективности социальных программ нефтегазовых компаний.

Корпоративное волонтерство направлено на достижение 3 целей:

- 1) улучшение имиджа среди местного населения;
- 2) повышение мотивации работников своей команды;
- 3) появление возможности формирования отчета перед акционерами о социально ответственном бизнесе, демонстрация полученных результатов общественности.

Благодаря внедрению и реализации программ корпоративного волонтерства в нефтегазовых компаниях будет наблюдаться рост показателей ЭСИСП. Так. Показатели ЭСИСП в ПАО «Роснефть» и ПАО «Газпром» максимально будут приближены к показателям ПАО «Лукойл». Такое положение, безусловно, свидетельствует об эффективности и целесообразности реализации разработанного мероприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амбарцумов, А.А., 1000 терминов рыночной экономики: Справочное учебное пособие / Амбарцумов, А.А., Сетрликов Ф.Ф. - М.: Крон-Пресс, 2013. – с.107
2. Андреева, О.Д. Технология бизнеса: маркетинг /О. Д. Андреева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 224 с.
3. Баринов В.А. Развитие организации в конкурентной среде / Баринов В.А., Синельников А.В. // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — № 6. — С. 3-13.
4. Белкин В. Н. Теоретические основы оценки конкурентоспособности предприятия./ Белкин В. Н., Белкина Н. А. Владыкина Л. Б. - Журнал «Экономика региона». Выпуск № 1. 2015 с.144-146
5. Белоусов, В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Маркетинг в России и за рубежом. — 2013. — № 5. — С. 63- 71 125
6. Бурда, А.Г. Рейтинговая оценка конкурентоспособности кондитерских предприятий // Политематический сетевой электронный научный журнал. [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubargo.ru/2006/01/17/> (дата обращения 09.09.2017)
7. Винокуров, В.А. Организация стратегического управления на предприятии. / В. А. Винокуров. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2012 С.147.
8. Гельвановский, М.И. Конкурентоспособность, открытость и безопасность российской экономики /учебник под общей ред. В.К. Сенчагова, М. «Дело», 2015. – 896 с.
9. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: учебник / Е. П, Глубков — М.: Финпресс, 2013 с. 187- 188

10. Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: Учебное пособие / Е. В. Горбушко- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014 – с. 7
11. Григорян, Е.С. Корпоративная социальная ответственность: Учебник для бакалавров/ Е. С .Григорян, И. А. Юрасов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 248 с. С.15-25
12. Грошев, В. П. Краткий словарь менеджера / Под ред. В.П.Грошева. – М., 2011. – 55 с.
13. Забелин, П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления / П. В. Забелин - М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 2012. – 195 с.
14. Зулкарпаев, И. У., Ильясова Л. Р. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 4 С.17-27.
15. Кныш, М.И. Конкурентные стратегии / М. И. Кныш - Спб, 2013. – 284 с.
16. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики. Перекрестов Д.Г. Поварич И.П. Шабашев В.А. <http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=4587>
17. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент /Ф. Котлер – СПб.: Питер Ком, 2013 – 896 с.
18. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер.с англ. /Ф. Котлер. - М.: БизнесИМА-Кросс. Плюс, 2015
19. Кревенс, Д.В. Стратегический маркетинг: пер. с англ. / Д. В. Кревенс. — М.: Вильямс, 2013. С. 168-171
20. Кредисова, А. И. Маркетинг / Под ред. Кредисова А.И. – К.: Украина, 2012. – 399 с.
21. Кричевский, Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность / под ред. Н. А. Кричевского - Москва: Дашков и Ко, 2012. - 195с. С. 7-11.

22. Литовченко, С. Е., Корсакова С. Е. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания./Под ред. С. Е .Литовченко, М. И .Корсакова. М., 2013. С.61.
23. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью: учеб.пособие/Е.И.Мазилкина, Г.Г.Паничкина. - Москва: Омега-Л, 2014. - 325 с.
24. Макконнел, К.Р., Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. /К. Р. Макконнел – М.: Республика, 2012. – 799 с.
25. Максимов, И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. — 2015. — № 3. — С. 33-39.
26. Моисеева, Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: учебник Н. К. Моисеева. — М.: Финансы и статистика, 2010 с. 160-167
27. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С. И, Ожегов. - М.: Азбуковник, 2012. – 944 стр.
28. Портер, М.. Международная конкуренция. / М. Портер. - М.: Экономика. 2012. – 256 с.
29. Портер, М.Е. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Е. Портер. — М.: Вильямс, 2015. с. 67-69
30. Проблемы устойчивого развития социально-экономических систем/ [Криворотов В.В., Никонов О.И., Ануфриев В.П. и др.] под науч.ред.А.И.Татаркина и В.В.Криворотова. Минобразования и науки РФ, Урал.федер.ун-т им.первого Президента России Б.Н.Ельцина, РАН УрО, Ин-т экономики. Москва: Экономика, 2012, с.468-472
31. Романов, А. Н., Корюгов, Ю.Ю., Красильников, С. А. Маркетинг: учебник / Под ред. А.Н.Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2016 – с.167
32. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит. - Петрозаводск: "Петроком", 2013. 319 с.

33. Тарасова, В.П., Крутикова, Ф.А. Толковый словарь рыночной экономики / Под ред. В. П. Тарасова. — М.: Рекламно-издательская фирма «Глория», 2013 – с. 106
34. Томпсон, А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа: пер. с англ. /А. А, Томпсон. — М.: Вильямс, 2013. С. 63
35. Фасхиев, Х.А., Костин И.М. Обеспечение конкурентоспособности грузовых автомобилей на этапе разработки /Под ред. Х. А. Фасхивеа. – Набережные Челны: Изд-во Камского политехн. Института, 2011. – 349 с.
36. Фатхутдинов, Р.А. Кокурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхудинов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 312 с. 124
37. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность как национальная кадровая проблема // Высшее образование в России. – 2012. - №2 – с.18-22.
38. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент /Р. А. Фатхутдинов – М.: Издательско-книготорговый центр “Маркетинг”, 2012. – 892 с.
39. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг / Р. А. Фатхутдинов – Спб.: Питер, 2012.– 448 с.
40. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р. А. Фатхутдинов. — М.: Эксмо, 2015. С 96.
41. Хасби, Д. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / Д. Хасби — М.: наука и экономика, 2013. С. 115-117
42. Чернов, Е. Корпоративная социальная ответственность. // Информационный бюллетень Det Norske Veritas, №4 (8), с.6-7.
43. ПАО «Лукойл» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/> (дата обращения: 10.11.2017)
44. ПАО «Роснефть» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.rosneft.ru/> (дата обращения: 10.11.2017)

45. ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/> (дата обращения: 10.11.2017)

46. G.Zwetsloot, M. van Marrewijk. Corporate Sustainability & Social Responsibility // Pre-Conference: EFQM Learning Edge: Social Dimensions of Organizational Excellence, 2013, June, The Hague.

47. The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership.//The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL, Brussels, Belgium, 2015.