

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ.....	6
1.1. Сущность понятия корпоративная социальная ответственность (КСО) компании.....	6
1.2. История развития корпоративной социальной ответственности.....	11
1.3. Особенности формирования КСО в компании.....	19
ГЛАВА 2. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».....	28
2.1. Организационно-экономическая характеристика ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»...28	
2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»...31	
2.3. Оценка корпоративной социальной ответственности компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».....	39
ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ (на примере ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»).....	47
3.1. Мероприятия по совершенствованию корпоративной социальной ответственности компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».....	47
3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий.....	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	57
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	64

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы. Казахстанский бизнес находится на стадии интенсивного развития. Предприниматели выходят на международный уровень, стараясь применять опыт коллег из западных и наиболее развитых стран Азии. Несомненно, одним из импульсов, приведших страны Союза Независимых Государств на современный виток развития, стала глобализация, унифицирующая основные нормы морали, традиции ведения бизнеса и самое главное - ценности потребителей по всему миру.

На данном этапе крупные компании уже не могут добиться успеха, применяя лишь инструменты маркетинга, ускорения темпов логистики или увеличения автоматизации производства. Для современных потребителей растет значение социальной ответственности компаний - роли, которую играет предприятие в развитии общества, окружающей среды, экономики, научно-технического прогресса, государства в целом. Все больше отечественных и зарубежных компаний не видят своего развития без внедрения принципов корпоративной социальной ответственности (далее КСО). Во многих развитых странах, несмотря на отличие в подходах к КСО, созданы институты, разрабатываются нормы, стандарты и законодательные акты, учитывающие возрастающее значение КСО в развитии бизнеса.

В Казахстане данный инструмент повышения экономической эффективности во многом почти не применяется. В некотором отношении это происходит из-за незрелости социума в целом, не сложившегося менталитета социальной ответственности бизнеса. Практика применения КСО в отечественных компаниях пока не получила достаточного распространения.

В крупных отечественных компаниях существуют элементы социальной ответственности, однако руководителям не хватает достаточных компетенций и опыта имплементации системы КСО в стратегию развития предприятия. Также нет осознания сущности самой системы КСО, во многих компаниях КСО

находится на зачаточном этапе (есть лишь предпосылки для создания социальной ответственности).

Вопросы корпоративной социальной ответственности еще не совсем популярны среди представителей бизнеса в Республике Казахстан. Как показывают результаты исследования Центра исследований «Сандж», проводимые в 2016 г. только треть предприятий считает КСО перспективным направлением, которое получило старт в бизнес-сообществе, 39 % респондентов отметило, что эти вопросы мало кого интересуют в бизнес кругах. Несколько негативно оценили положение дел 17 % представителей бизнеса, которые считают КСО очередной модной идеей, а бизнесу приходится заниматься этим под давлением. Для 10 % респондентов КСО – непонятная идея и 11 % - затруднилось оценить существующее положение дел в социальной ответственности бизнеса в Казахстане. Мнение респондентов отличались в зависимости от размера бизнеса и оборотов предприятия. Чем крупнее бизнес, тем больше респонденты оценивали положение дел относительно КСО – как перспективное направление: крупный – 62 %, средний – 29 %, малый – 17 %

В связи с этим требуются дополнительные исследования и разработки, направленные на адаптацию международных стандартов к отечественной действительности и представляющие собой практические рекомендации по формированию КСО на предприятиях. Таким образом, данная тема является интересной и актуальной.

Цель работы - изучить особенности корпоративной социальной ответственности компании и разработать рекомендации по совершенствованию корпоративной социальной ответственности компании.

Задачи работы:

1. Рассмотреть теоретические основы корпоративной социальной ответственности компании.
2. Дать организационно-экономическую характеристику компании ТОО

«ЮБИЛЕЙНОЕ».

3. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».

4. Провести оценку корпоративной социальной ответственности компании «ЮБИЛЕЙНОЕ».

5. Предложить мероприятия по совершенствованию корпоративной социальной ответственности компании «ЮБИЛЕЙНОЕ» и провести оценку эффективности предложенных мероприятий.

Объект работы - ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».

Предмет работы - особенности корпоративной социальной ответственности компании.

Методы исследования: анализ литературных источников по данной теме, статистический анализ, метод расчетов, методы обработки данных.

Практическая значимость проведенного исследования определяется возможностью использования выводов и рекомендаций для решения задач по эффективной организации корпоративной социальной ответственности на предприятии. Практические результаты исследования могут найти применение в деятельности предприятий разных отраслей, в том числе и в компаниях, сходных с исследуемой.

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, включающих в себя параграфы, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ И

СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ

1.1. Сущность понятия корпоративная социальная ответственность (КСО) компании

Корпоративная социальная ответственность бизнеса является частью стратегического целеполагания многих компаний. На сегодняшний день наиболее точной и полной является трактовка социальной ответственности, указанная в Международном стандарте ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности»¹. Согласно рекомендациям стандарта, социальная ответственность - это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества, учитывая ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству, согласуется с международными нормами поведения, а также интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях. Аналогом международного стандарта в нашей стране является ГОСТ Р ИСО 26000-2012. «Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по социальной ответственности»².

Существует большое многообразие определений понятия «корпоративная социальная ответственность».

Так, например, крупнейшее в США объединение корпораций «Business for Social Responsibility», занимающееся развитием и продвижением концепции КСО, дало следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность - достижение коммерческого успеха путями, которые основаны

¹ Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» // Консультант-Плюс, 2018.

² ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по социальной ответственности (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 № 1611-ст) // Консультант-Плюс, 2018.

на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде»³.

Политика корпоративной социальной ответственности, согласно Business for Social Responsibility, предусматривает создание единого комплекса политик, практических мероприятий и программ, участвующих в процессе бизнеса, учитывающихся при принятии решений на всех уровнях компании и обуславливающих ответственность за последствия влияния деятельности компании на внешнюю среду⁴.

Концепция КСО различных сфер бизнеса может предусматривать разные составляющие, но наиболее полная трактовка КСО определяет следующие принципы и подходы к корпоративному управлению: корпоративную этику, корпоративную социальную политику в отношении общества, политику в сфере охраны окружающей среды, вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом. В своем докладе на Всемирном бизнес-конгрессе за устойчивое развитие Лорд Холм и Ричард Уаттс использовали следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это устойчивая готовность бизнеса действовать, основываясь на принципах этики, и вносить свой вклад в экономическое развитие государства, улучшая качество жизни населения, а также своих работников и их семей».

Green paper⁵ определяет корпоративную социальную ответственность как «концепцию, следуя которой компании осуществляют бизнес-операции и их взаимоотношения со всем кругом связанных с компанией организаций и людей с учетом реализации социальной и экологической политики». Именно данный

³ Галимова М.С., Хайруллина Э.И. Корпоративная социальная ответственность промышленных компаний России // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 8. – С. 976.

⁴ Сорокина Е.А. Корпоративная социальная ответственность предпринимательских структур // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 7. – Т. 10. – С. 114.

⁵ European Commission Green Paper on Corporate Social Responsibility. - [Electronic resource]. – Available: http://www.corporatejustice.org/IMG/pdf/greenpaper_en.pdf

подход к КСО реализуется большинством стран Европейского союза. Европейская комиссия рассматривает корпоративную социальную ответственность как концепцию, «которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды».

Таким образом, все больше ученых и практиков рассматривают КСО как концепцию взаимодействия бизнеса и общества, включающую рассмотрение не только социально-трудовых и экологических вопросов.

Всемирный совет по устойчивому развитию высказывает мнение о том, что «корпоративная социальная ответственность - это приверженность бизнеса концепции устойчивого экономического развития в работе со своими сотрудниками, их семьями, местным населением, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни»⁶.

В докладе о социальных инвестициях в России 2008 года была также дана формулировка КСО: «это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития»⁷.

К основным положениям политики КСО Ассоциация менеджеров России причисляют обеспечение рабочими местами, поддержку социальных программ, поддержку развития общества в целом. При этом 23% опрошенных относят к КСО такие действия компаний, как уплата налогов, организация рабочих мест, соблюдение требований законодательства. Ассоциация менеджеров России дает следующее определение: «Социальная ответственность бизнеса – это

⁶ Шинкаренко О.Н. Корпоративная социальная ответственность и социальная (нефинансовая) ответственность / О.Н. Шинкаренко // Кадры предприятия. - 2013. - № 7. - С. 47.

⁷ Зильберштейн О. Б., Семенюк Д. Д., Шкляр Т. Л., Юрковский А. В. Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический аспект // Интернет-журнал «Наукovedение». - 2016. - Том 8. - №3. - [Электронный ресурс] - URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf>.

добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума»⁸.

А.Н. Крылов⁹ считает, что главная цель использования корпоративной социальной ответственности в бизнесе - это более эффективное решение такой насущной проблемы, как повышение конкурентоспособности, прибыльности. Реализация социальных проектов улучшает репутацию, повышает доверие потенциальных клиентов, формирует позицию компании на рынке как более стабильную, тем самым позволяя привлечь лучших сотрудников и партнеров.

В.В. Бондаренко¹⁰ утверждает, что изначально цель каждого предпринимателя и бизнесмена - трансформация мира с целью улучшения условий жизни людей. В соответствии с данным подходом социальная ответственность представляет собой естественное расширение предпринимательской активности.

Западные исследователи и практики также определяют КСО по-разному. Так, американский ученый К. Дэвис в своем исследовании говорит о том, что «основное содержание корпоративной социальной ответственности напрямую связано с существующей озабоченностью представителей бизнеса этическими последствиями своих действий в той мере, в какой они могут воздействовать на интересы других». Таким образом, ключевым утверждением К. Дэвиса является, что КСО - это осуществление компаниями своей деятельности при полном осознании ответственности за нее перед обществом, нечто большее, чем действия в соответствии с законом, так как «не все последствия деловых

⁸ Фадеева Е. Проблематика и тенденции развития КСО в России // Пресс-служба. - 2013. - № 3. - С. 39.

⁹ Крылов А.Н. Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие. – М.: Берлин: Вест-Ост-Ферлаг, 2016. – С.69.

¹⁰ Корпоративная социальная ответственность / В.В. Бондаренко. - М.: ИНФРА-М, 2015. – С.70.

решений учитываются законом»¹¹.

Нидерландский исследователь данной проблематики М. Ван Марревиик дает, на наш взгляд, достаточно абстрактное определение: «КСО - это включение социальных и экологических вопросов в процесс бизнеса и его взаимодействие с заинтересованными сторонами»¹².

Лауреат Нобелевской премии Милтон Фридман следующим образом определяет стратегию КСО: «В системе рыночной экономики, основанной на частной собственности, менеджер корпорации является наемным работником по отношению к собственникам бизнеса. Он напрямую несет ответственность перед собственниками и своими работодателями. Эта ответственность заключается в ведении бизнеса в соответствии с их желаниями, которые, вообще говоря, можно свести к получению максимально возможной прибыли в рамках принятых правил в обществе, закрепленных в законах или этических нормах. В каждом из этих случаев менеджер будет расходовать чьи-либо деньги во имя общих общественных интересов. Акционеры, потребители и сотрудники могли сами распорядиться своими деньгами по своему желанию. Менеджер больше действует из соображений «социальной ответственности», чем выступает выразителем интересов тех же акционеров, потребителей или сотрудников, если тратит их деньги не так, как они сами бы это сделали». Таким образом, Фридман под социальной ответственностью компании понимает, прежде всего, благотворительные программы, которые должны претворяться в жизнь либо отдельными людьми, либо общественными организациями. Однако же многие представители ученых и практиков социальную ответственность в бизнесе стали воспринимать как «социальное преимущество» компании¹³.

¹¹ Коротков Э.М., Александрова О.А., Антонов С.А. Корпоративная социальная ответственность / под ред. Э.М. Короткова. - М.: Изд-во Юрайт, 2014. – С.65.

¹² Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. - Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. – С.83.

¹³ Горфинкель В.Я. Корпоративная социальная ответственность / В.Я. Горфинкель, Н.В.

Эту идею впервые высказал автор теории конкурентных преимуществ Майкл Портер в своей статье «Новая задача филантропии - создание стоимости», опубликованной в *Harvard Business Review* в 1999 году. В ней М. Портер пишет о том, что критики реализации принципа социальной ответственности корпораций выдвигают следующие аргументы: социальные и экономические цели компании различаются между собой, поэтому расходы на социальные программы являются издержками с точки зрения достижения экономических результатов; компании, которые занимаются социальными проектами, приносят не больше общественной пользы, чем индивидуальные доноры. Эти утверждения верны, если социальные корпоративные программы фрагментарны и не сфокусированы, что характерно еще для многих компаний. Изучение практики компаний, реализующих принципы КСО, свидетельствует о том, что при этом достигаются как экономические, так и социальные цели. При этом, как правило, большая часть вложений имеет позитивные последствия только для бизнеса, а средства, выделенные на благотворительность - только для общества. Однако есть области, где происходит «конвергенция интересов». В этом случае социальная деятельность компании становится по-настоящему стратегической¹⁴.

По мнению российских исследователей Н.А. Кричевского¹⁵, «корпоративная социальная ответственность - это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях».

Родионова; отв. ред. В.Я. Горфинкель, Н.В. Родионова. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - С.88.

¹⁴ Алексеева И.В., Осипова Р.Г. Корпоративная социальная отчетность в условиях устойчивого развития экономики // *Международный бухгалтерский учет*. – 2015. – № 41 (383). – С. 36.

¹⁵ Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность. – М.: АСТ, 2013. – С.64.

На наш взгляд, данное определение достаточно точно описывает субъекты взаимодействия и направления КСО.

Аналогичную точку зрения на содержание КСО высказывает и А.Н. Аверин¹⁶, определяющий КСО как «степень осознания предприятием потребности работников, которые не в полной мере удовлетворяются государством через реализацию им социальных функций, а также учет в своей деятельности ожиданий внешних влиятельных лиц и общества в целом».

Понятие КСО, по мнению И.Л. Шевченко¹⁷ предусматривает следующие обязательные составляющие:

- ответственность компании перед партнерами;
- социальные взаимодействия с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- проведение организационных изменений с участием топ-менеджеров компании, персонала и общественных организаций;
- обеспечение здоровья и безопасности персонала, стимулирование профессионального развития персонала;
- экологическая политика компании;
- взаимодействие с органами власти и общественными организациями для решения социальных проблем;
- ответственность организации перед обществом в целом.

Таким образом, использование единого методологического аппарата, раскрывающего сущности рассматриваемого понятия, позволяет перейти к следующему этапу развития концепции КСО, предусматривающего ее активное внедрение в практическую деятельность отечественных компаний.

Анализ вышеприведенных работ зарубежных и российских

¹⁶ Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия. – М.: Спутник, 2013. – С.61.

¹⁷ Шевченко И.Л. Социальная ответственность в практике корпоративного управления российских компаний // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 1. – С. 115.

исследователей позволяет сделать вывод о том, что сегодня не выработано единого определения корпоративной социальной ответственности. Однако очевиден, на наш взгляд, тот факт, что все существующие сегодня определения едины в одном: КСО предусматривает ответственность компании – во взаимоотношениях с партнерами, в отношении потребителей, в отношении работников, перед обществом в целом, экологическую ответственность. Благодаря этим выводам можно сформулировать основную идею КСО: содействие социальному развитию компании, местного сообщества и общества в целом.

На основании проведенного исследования в рамках поставленной цели можно сформулировать следующее определение понятия «корпоративная социальная ответственность» – это реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в программах, способствующих развитию общества.

1.2. История развития корпоративной социальной ответственности

Особое побуждение к изучению истории возникновения, развития и практики корпоративной социальной ответственности обуславливает эффект ее внедрения как социально-экономического инструмента, значительно улучшающего положение компаний и самих сотрудников. За рубежом такая концепция разработана давно и является основой деятельности большого количества компаний, а в России начинает только внедряться, что обусловлено активно нарастающими процессами глобализации, важностью формирования положительного имиджа компаний, получения дополнительных инвестиций с помощью проведения социально ответственной политики.

Проблема развития социальной ответственности очень давно является одной из наиболее важных. Она была выявлена и получила обоснование еще в

самых первых экономических произведениях, известных мировой науке. Соотношение жесткой рациональности и благотворительности, выгоды и этичности, текущих потребностей и перспектив будущего развития всегда было в центре внимания представителей науки и управленческой практики. Однако термин «корпоративная социальная ответственность» получил применение только в 1953 г. американским ученым Г. Боуэном. С точки зрения философского подхода в его работе была поставлена проблема, заключающаяся в том, что бизнес – это часть общества, перед которым он несет ответственность¹⁸.

Отметим, что в последнее время усилено внимание международного бизнес-сообщества и общественности к принципам этики бизнеса, наиболее обсуждаемым из которых как раз является принцип корпоративной социальной ответственности. Кроме того, зная законы развития социально- ориентированной деятельности, историю возникновения понятия «социальная ответственность» и современные представления о сущности корпоративной социальной ответственности, можно определить современные ее концепции и учитывать их в практике управления, а также анализа и оценки событий и процессов. Поэтому необходимо рассмотреть основную задачу для решения проблемы развития корпоративной социальной ответственности – изучить основные этапы эволюции взглядов на социальную ответственность компаний.

Благотворительность – одно из первых проявлений социальной ответственности. Изначально это явление носило частный характер. Однако по мере увеличения масштабов промышленной деятельности круг вопросов, относящихся к сфере социальной ответственности бизнеса, постепенно расширялся. Индустриальный переворот XVIII–XIX вв. привел к усилению конкуренции, росту рабочего движения и стал причиной, побудившей

¹⁸ Анкудинов А. Б. Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного роста / А.Б. Анкудинов, Д.М. Борисов // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2013. - № 1. - С. 111.

владельцев фабрик, заводов, промышленных компаний, пойти на смягчение условий труда наемных работников и предоставление дополнительных гарантий деловым партнерам¹⁹.

Все эти явления стали предпосылкой развития современных подходов к корпоративной социальной ответственности. Необходимость в сочетании интересов бизнеса и общества появилась в период развития индустриального образования постиндустриального общества как реакция на новые требования, предъявляемые к человеческому капиталу. В начале XX в. в бизнес-сообществе возникли идеи о том, что компании обязаны использовать свои ресурсы для обеспечения благосостояния общества в целом²⁰.

Особый вклад в развитие теории корпоративной социальной ответственности внесли К. Маркс и Ф. Энгельс, которые в своих трудах не только выявили существующие противоречия в обществе в исторической ретроспективе, но и вывели на новый уровень вопросы классовой борьбы и роли рабочих в формировании политической и экономической систем, а также общества в целом. Корпоративная социальная ответственность начала активно распространяться в деловых кругах после окончания Второй мировой войны. Было издано множество законопроектов, целью которых было усиление защиты общественных интересов и гарантий прав рабочих. В результате стало понятно, что классические представления А. Смита о рыночной экономике как самодостаточной системе неэффективны, а провалы государственного управления того времени стали причиной необходимости совершенствования механизмов общественного контроля и преобразования теоретических представлений о балансе рыночной экономики и государственного управления. Целью управления стало сбалансированное общество, в котором частная

¹⁹ Тавер Е.И. Стандарты и социальная ответственность бизнеса // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. - 2013. - № 5. - С. 13.

²⁰ Гриднева О.В. История развития и понятие корпоративной социальной ответственности // Пробелы в российском законодательстве. - 2017. - № 2. - С. 235.

деятельность в сочетании с правительственным контролем могли бы обеспечить равновесие между эгоистическим интересом и общественными интересами²¹.

Одной из первых работ, прямо посвященных проблеме социальной ответственности бизнеса, является книга американского экономиста Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», опубликованная в 1953 г. Эта работа заложила основу современного подхода к социальной ответственности. По мнению Боуэна, бизнес – это институт, порожденный общественным развитием, который служит обществу, следовательно, несет некую ответственность перед ним. Подход Боуэна подразумевает наличие некоего общественного договора, согласующего поведение бизнесмена с целями и ценностями общества, который остается основным источником легитимности бизнеса²².

Во второй половине XX в. начался новый этап научно-технической революции. Это повлекло за собой не только значительное развитие и усложнение производственных отношений и общественного устройства, но и привело к пересмотру подходов в определении ключевых факторов конкурентоспособности. Работники стали рассматриваться как источник генерирования идей и инноваций²³.

В этот период времени произошло много техногенных катастроф, вызванных игнорирующим отношением к технике безопасности со стороны руководства компаний. Началось активное развитие общественных движений в экономически развитых странах. Тем самым формировался новый характер рыночных отношений: потребители отказывались приобретать продукт

²¹ Анпилогова О.С., Савватеев Е.В. История развития корпоративной социальной ответственности // В сборнике: Образование в XXI веке: путь к новым кризисам? Материалы международной научно-практической конференции. - 2014. - С. 4.

²² Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2013. - № 4 (24). - С.33.

²³ Миролюбова О.В., Сайченко О.А., Счисляева Е.Р. Мировые тенденции эволюции концепций корпоративной социальной ответственности // Аудит и финансовый анализ. - 2016. - № 3. - С. 369.

социально неответственных компаний, что повысило активность профсоюзного движения и некоммерческих общественных объединений. Как результат, ужесточается трудовое и экологическое законодательство стран Западной Европы и США, учреждаются специализированные международные организации и государственные учреждения по контролю специальных аспектов деятельности компаний (охрана труда, права человека и т. д.)²⁴.

По-нашему мнению, можно выделить следующие факторы, повлиявшие на формирование и развитие социальной ответственности бизнеса: развитие капитализма и индустриализации; великая депрессия; движение в защиту прав трудящихся; научно-техническая революция.

К концу 1970-х гг. первенствующие компании США и Великобритании решили сформировать целостные подходы к взаимодействию с обществом. Концепцию корпоративной социальной ответственности внедрили в структуру менеджмента компании как элемент стратегического управления. Однако далеко не все корпорации пересматривали принципы стратегического управления с учетом корпоративной социальной ответственности, попадая в поле зрения особого внимания общественности²⁵.

Идея предложения социального финансирования стала также приятным бонусом. В процессе принятия решений о выделении финансирования наряду с экономической рентабельностью учитывались экологические и социальные эффекты. Для оценки результативности компаний с учетом корпоративной социальной ответственности были разработаны фондовые индексы – Dow Jones Sustainability Index (DJSI) и FTSE4GOOD²⁶.

²⁴ Сулимова Е.А. История формирования законодательной базы в области корпоративной социальной ответственности // Инновации и инвестиции. - 2015. - № 9. - С. 256.

²⁵ Управление социальным развитием организации / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2014. – С.112.

²⁶ Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. - М.: Юрайт, 2015. – С.78.

Отметим, что в отличие от Запада осмысление социальной ответственности российским обществом случилось далеко не сразу и с определенными осложнениями. Однако мысль об ответственности богатства, в основе которой лежала идея общественной помощи, уже давно была распространена в отечественной предпринимательской среде. Персонаж А.Н. Островского в драме «Гроза», купец С.П. Дикой, в диалоге с М.И. Кабановой, тоже купчихой, по поводу благотворительности говорил: «Знаю, надо отдать, потому что она мой друг, и я обязан ей отдать, а когда она придет у меня что-то просить, все равно обругаю, но все-таки отдам». В этом примере наглядно видим, что благотворительность необходима для его почета, но расставаться с деньгами не так просто.

Однако в конце XIX в. благотворительность стала нормой жизни. Появились предприниматели, которые занимались этим делом по зову души. Например, Третьяков Павел Михайлович писал своей дочери: «Моя идея была с самых юных лет наживать для того, чтобы нажитое от общества вернулось бы также обществу в каких-либо полезных учреждениях»²⁷.

В России начало институционализации социальной ответственности бизнеса можно отнести в XVIII в., когда Коммерц-коллегия стала издавать указы, регламентирующие правила торговли с иностранными купцами, внедрять принципы биржевой этики. В 1912 г. российские предприниматели сформулировали принципы ведения дел – уважение к власти и частной собственности, честность и правдивость, верность слову²⁸.

Однако рыночные институты современной России начали осознанно формироваться в течение последних 20 лет. Несмотря на давние традиции

²⁷ Шикман А.П. Деятели отечественной истории: Биографический справочник. – М.: АСТ, 2017. – С.45.

²⁸ Корпоративное управление: вопросы практики и оценки российских компаний монография / О.В. Бандалюк, И.В. Березинец, А.В. Бухвалов, Д.Л. Волков, Т.А. Гаранина, Ю.Б. Ильина. – М.: АСТ, 2015. – С.118.

благотворительности и экономического гуманизма российских императорских семей, купцов, промышленников и меценатов, известные далеко за пределами отечества, в советский период (с характерной ему практически единственной формой государственной собственности и централизованными механизмами хозяйствования) социальная ответственность производителей основных материальных благ претерпела значительные трансформации. Нельзя сказать, что социальная ответственность полностью отсутствовала, но она отражала именно социалистические методы управления. По отношению к работникам предприятий внутренняя социальная ответственность выражалась через постоянное внимание к совершенствованию условий труда, повышение безопасности и производительности, научную организацию, включая систему бездефектного труда, профилактику профзаболеваний и общего оздоровления работников в санаторно-курортных учреждениях. Что касается потребителей, одним из критериев ответственности для них выступало качество продукции, мотивацией повышения которого был знак качества, проведение качества (1976-1980)²⁹.

Таким образом, к началу преобразований в сфере корпоративной социальной ответственности страна подошла с характерной ее моделью, в которой при наличии относительно самостоятельных субъектов хозяйствования главным держателем акций было именно государство, сосредотачивающее в одном лице интересы практически всех социальных групп и участников экономических отношений и обладающее, как любое другое государство, отработанными механизмами принуждения.

Положение стало меняться с 1992 г., когда началась приватизация государственной собственности, сформировались различные организационно-

²⁹ Коротун А.В. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности: история, тенденции развития // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. - 2015. - № 1. - С.22.

правовые формы ведения бизнеса – акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и др. Резкое падение производства, слабеющие профсоюзы, муниципализация социальной инфраструктуры и другие явления, связанные с началом переходного периода, усилили внимание к поиску властных структур и бизнеса, роли гражданского общества в принципиально иной общественно-политической и экономической жизни страны³⁰.

Тем самым одним из первых шагов к использованию принципов корпоративной социальной ответственности в Российской Федерации можно считать формирование в начале 1990-х гг. механизмов трехсубъектного партнерства в форме комиссии по регулированию социально-трудовых отношений, целью которой было содействие согласованию интересов работников, работодателей, органов государства и местного самоуправления³¹.

Отличительной чертой российской модели социального партнерства является всесторонняя правовая регламентация партнерства. Это отличает его фактически от всех других проявлений социально ответственного поведения бизнеса, которое по своему происхождению носит неформальный характер. Еще в начальный период перехода в рыночные отношения был принят ряд профессиональных этических кодексов – Кодекс чести банкира (1992), «Правила добросовестной деятельности членов профессиональной ассоциации участников фондового рынка» (1994), Кодекс чести российской гильдии риелторов (1994), «12 принципов ведения дел в России», разработанный Торгово-промышленной палатой Российской Федерации (1998), а позднее – Кодекс корпоративного поведения (2002), принятый Федеральной комиссией по

³⁰ Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – № 1. – Т. 11. – С. 128.

³¹ Калюгина С.Н. Социальная стратегия организации: теория, методология, практика: монография. - М.: DirectMedia, 2014. – С.76.

рынку ценных бумаг³².

Также следует отметить значимое событие ноября 1995 г., когда по инициативе Российского союза промышленников и предпринимателей была принята «Хартия бизнеса в России», в которой отмечалось, что отечественному бизнесу нужны некоторые нарушения прав личности, и в итоге – крах экономики. Через 10 лет в 2005 г. было опубликовано ее второе издание под названием «Социальная хартия российского бизнеса», где была определена четкая позиция представителей работодателей об общественной роли, миссии, ценностях и целях российского бизнеса³³.

К середине первого десятилетия XX в. понятие «корпоративная социальная ответственность» стало постепенно утверждаться в среде крупного и среднего российского предпринимательства, чему способствовало расширение филиалов и представительств, прежде всего западноевропейских стран, приносящих культуру, современные принципы и модели социально ответственного поведения, взаимодействия с заинтересованными сторонами, обеспечения прозрачности бизнеса и т. д. Появилась объективная потребность бизнеса в обобщении практики корпоративной социальной ответственности, адаптации соответствующих международных стандартов социальной отчетности, разработке различных рекомендательных и аналитических материалов, в том числе о ее результативности и эффективности. Кроме того, в последнее время отмечается неснижаемый экономический интерес власти к привлечению ресурсов бизнеса для совместного решения социальных и экологических проблем в первую очередь регионального и муниципального масштаба на территории расположения бизнеса. Стратегия развития субъектов Российской Федерации до 2020 г., проводимая Министерством регионального

³² Божук С.Г. Корпоративная социальная ответственность / С. Г. Божук, В.В. Кулибанова, Т.Р. Тэор. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. – С.111.

³³ Джумакулиева А.Э. Корпоративная социальная ответственность // Молодой ученый. – 2016. – № 18 (122). – С. 242.

развития Российской Федерации, способствует конкретизации целевой направленности и приоритетов во взаимодействии власти и бизнеса³⁴.

Таким образом, в настоящее время участие бизнеса в решении социальных проблем либо жестко регулируется в рамках действующего законодательства, либо осуществляется самостоятельно компаниями под воздействием социально установленных стимулов и льгот или моральных устоев. Успех реализации модели корпоративной социальной ответственности в Казахстане будет зависеть от того, насколько эффективно государство, бизнес и общество смогут усвоить положительные и отрицательные уроки зарубежных моделей, а также распространять механизм ее реализации в российских реалиях. Несомненно, ведущая роль в данном процессе должна быть отведена государству как основному гаранту прав и свобод человека и общества в целом. История развития и становления корпоративной социальной ответственности крайне многогранна. Поэтому дальнейшее изучение и совершенствование концепции сформируют новый взгляд на социальную ответственность компаний не просто как дань моде, а как жизненно важный самостоятельный маркетинговый инструмент.

1.3. Особенности формирования КСО в компании

Сейчас к теме социально ответственного бизнеса обращаются как никогда часто и на разных уровнях. Ведь социальная ответственность бизнеса предполагает поддержание баланса всех заинтересованных сторон: работников, акционеров, партнеров, инвесторов, местных общин, а в целом - равновесия экономической эффективности и социальной результативности деятельности организаций.

³⁴ Зоринова А.К., Сорокина Е.В. Реализация корпоративной социальной ответственности в рамках устойчивого развития организации // Economics. - 2017. - № 11 (32). - С. 13.

Социальная ответственность доказывает, что экономическая и социальная составляющие неразрывно связаны между собой, создавая тем самым основу ответственного ведения бизнеса. Мировая практика подтверждает, что социально ответственные компании имеют высокий потенциал в привлечении инвестиций, увеличении материальных и нематериальных активов, обеспечении безопасности и стратегической устойчивости.

Вместе с тем в нашей стране принципы корпоративной и социальной ответственности воплощаются только в отдельных компаниях и не полностью. Около 2/3 предприятий имеют низкий уровень прозрачности бизнеса, а в остальных организациях принципы корпоративной и социальной ответственности часто лишь декларируются.

По мнению Е.Н. Тумилевич³⁵ существует два подхода к построению формированию корпоративной социальной ответственности в организациях:

- Первый подход к формированию системы корпоративной социальной ответственности в организациях основывается на независимой деятельности функциональных центров управления (производством, персоналом, сбытом и финансами), с выделением центра управления социальной ответственностью. При этом предполагается наличие ограниченной информационной связи между подразделениями в организационной структуре управления организации по вопросам социальной ответственности. Направления работы по формированию системы корпоративной социальной ответственности в организации включают в себя решение следующего круга задач (рис. 1).

При формировании системы социальной ответственности в организации важно, чтобы осуществляли функционирование такие элементы как программное обеспечение, правовая, методическая и информационная поддержка и т.п. (рис. 2).

³⁵ Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании / Е.Н. Тумилевич // Российское предпринимательство. - 2013. - № 23. - С. 32-33.

- Второй подход к формированию системы корпоративной социальной ответственности в организациях заключается во взаимосвязанной деятельности центров управления организацией. Любые меры социально ответственного менеджмента на предприятии могут быть реализованы только в случае четкого документального утверждения их перечня, исполнителей, объемов финансирования, сроков реализации и тому подобное. То есть, формирование корпоративной социальной ответственности предприятия должна начинаться с разработки программных документов (политики) КСО в избранных направлениях (сферах).



Рисунок 1 - Направления работы по формированию системы КСО³⁶

³⁶ Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании / Е.Н. Тумилевич // Российское предпринимательство. - 2013. - № 23. - С. 32.



Рисунок 2 - Элементы формирования системы социальной ответственности³⁷

К сферам проявления корпоративной социальной ответственности следует отнести:

- деловую практику в отношении персонала (все что касается повышения уровня качества трудовой жизни работников организации), внедрение и расширение честных деловых отношений на рынке;
- внедрение и расширение честных деловых отношений на рынке;
- построение позитивных отношений предприятия с обществом;
- мероприятия по улучшению охраны окружающей среды.

В сферу проявления корпоративной социальной ответственности через деловую практику в отношении персонала можно отнести деятельность компаний по таким направлениям, как:

- обеспечение достойной и своевременной заработной платы;
- помощь в тяжелых жизненных обстоятельствах;
- осуществление проектов по развитию персонала;
- мотивирование и стимулирование труда работника;
- организация надлежащих условий труда персонала;
- обеспечивать постоянное достойное и гуманное отношение к работникам³⁸.

³⁷ Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании / Е.Н. Тумилевич // Российское предпринимательство. - 2013. - № 23. - С. 33.

³⁸ Попов В.Д. Корпоративная социальная ответственность: онтология понятия // В сборнике: Медико-социальные и психологические аспекты безопасности промышленных агломераций

В сфере распространения и внедрения честных деловых отношений на рынке корпоративная социальная ответственность включает:

- ответственность перед инвесторами (информационная прозрачность предприятия, честное распределение доходов);
- ответственность перед конкурентами: соблюдение конкурентного законодательства, соблюдения принципов добросовестной конкуренции;
- ответственность перед партнерами: соответствующая логистика, надлежащие условия хранения сбыта товаров и ответственность перед потребителями³⁹.

Аспект корпоративной ответственности, который заключается в развитии положительных отношений предприятия с обществом включает:

- ответственное отношение бизнеса к отношениям с властью;
- ведение бизнеса в рамках правового поля;
- своевременность уплаты налогов;
- открытость в отношениях с властью;
- поддержка незащищенных слоев населения и др.;
- организация и участие в социально важных проектах, меценатство, спонсорство;
- сохранение и развитие жилищно-коммунального хозяйства, объектов культурно-исторического и религиозного назначения и др.⁴⁰

Мероприятия по корпоративной социальной ответственности, относительно окружающей среды, направленные на улучшение экологических процессов, могут быть следующими:

- защита окружающей среды, сохранение природных ресурсов;

материалы Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 121.

³⁹ Гудзим Д.С. Экономика благодарности и социальная ответственность // В сборнике: Бизнес, общество и молодежь: идеи преобразований. Материалы VI Всероссийской студенческой научной конференции. Ответственный редактор: Кузнецова И.В. - 2017. - С.24.

⁴⁰ Основы корпоративного управления / А.Г. Дементьева. – М.: Астрель, 2013. – С.87.

- внедрение энергосберегающих технологий, утилизация отходов, избежание неблагоприятного воздействия фирмы на окружающую среду, соблюдение экологических стандартов и др.⁴¹

При формировании КСО в компании необходимо знать ее основные модели. Наиболее часто в научной литературе встречаются следующие:

- модель структуры удовлетворения ожиданий общества Арчи Б. Кэрролла (пирамида Кэрролла);

- концентрическая модель КСО;

- трехмерная модель Сети-Кэрролла «уровень-запрос-отклик»;

- модель пересечения категорий КСО.

Кроме того, в отечественной литературе принято выделять региональные или национальные модели КСО.

Модели, разработанные А. Кэрроллом, строятся на идее общественных ожиданий и их последовательном характере. Исходя из этого, Кэрролл предположил, что ответом на эти ожидания общества будут различные виды ответственности бизнеса. Общественные ожидания от деятельности бизнеса автор модели назвал «категориями». Данные ожидания общества разделены на четыре категории: экономические ожидания; правовые ожидания; этические ожидания; филантропические ожидания. При этом Кэрролл утверждает, и с ним трудно не согласиться, что именно экономические ожидания общества составляют основу ответственности бизнеса. Кроме того, это самый большой блок ожиданий общества. Таким образом, бизнес является ответственным перед обществом за достижение экономического результата (создание экономических благ, обеспечение граждан рабочими местами, своевременная и справедливая оплата труда, получение прибыли и рост). Далее общество ожидает от бизнеса, что экономические результаты будут получены с соблюдением всех

⁴¹ Королев С.А., Захарова С.Б. Корпоративная-социальная ответственность бизнеса // Экономика и предпринимательство. - 2018. - № 6 (95). - С. 693.

официальных юридических норм. Данные два уровня определяют некий обязательный минимум КСО в современном мире⁴².

Другими словами, общество требует от бизнеса быть экономически успешным и легальным. Следующий уровень – этическое поведение бизнеса. В данном случае общество выражает пожелания о соблюдении бизнесом некоторых неписаных, но общепринятых правил и традиций. Последний уровень – ожидание общества филантропии бизнеса. Данное ожидание не является жестким условием, однако приветствуется обществом.

Развивая идеи С.П. Сети о социальной восприимчивости или отклике бизнеса на ожидания общества, Кэрролл дополнил первоначальную модель еще двумя параметрами: возможные типы запросов общества и возможная реакция на них бизнеса. С.П. Сети сформулировал трехмерную схему КСО для исследования уровня адаптации и особенностей поведения бизнеса при общественном запросе. Соответственно модель КСО может быть оценена по таким параметрам как: социальное обязательство; социальная ответственность; социальная восприимчивость. Кэрролл, в свою очередь, предложил следующие параметры для оценки модели: 1) содержание корпоративной социальной ответственности; 2) запросы общества; 3) социальный отклик бизнеса на соответствующие запросы⁴³.

Концентрическая модель КСО или подход Комитета по экономическому развитию предполагает, в отличие от модели Кэрролла, что происходит проникновение внеэкономических интересов общества в базовую экономическую функцию бизнеса. Хотя, по сути, данная модель содержит те же категории, что и модель Кэрролла. Внутренний элемент модели - основная

⁴² Ершова Н.А. Влияние социально-ответственной организационной культуры на эффективность управленческих решений // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. - 2016. - № 2 (6). - С. 131.

⁴³ Фадеева Е. Проблематика и тенденции развития КСО в России / Е. Фадеева // Пресс-служба. - 2013. - № 3. - С. 38.

функция бизнеса – производство, прибыль, рост. Соответственно экономическая функция выполняется с учетом факторов экологичности, законности (в трактовке А. Гева, законность рассматривается с точки зрения формального соблюдения нормативно-правовой базы и с точки зрения соблюдения неформальных правил) и развития социальной среды⁴⁴.

В отличие от предыдущих моделей КСО, где в основном учитывался принцип иерархичности ожиданий общества, модель пересечения категорий КСО его не учитывает, а также допускает динамическую взаимосвязь категорий КСО. При этом к категориям КСО относят экономику, право и мораль. В соответствии с данной моделью все категории имеют равную ценность, и поэтому бизнесу необходимо обеспечить их баланс и равномерное развитие.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность предприятия связана не только с внутрихозяйственной деятельностью компании, но и распространяется на ее отношения с внешним окружением. Можно подытожить, что отечественная практика применения корпоративной социальной ответственности слишком ограничена. Социальная ответственность компаний и организаций направляется, прежде всего, на трудовые практики и меры по защите здоровья и безопасности потребителей. Менее распространены меры по защите природных ресурсов и взаимодействия с обществом: только треть компаний осуществляет социальные инвестиции в общество, половина предприятий не принимает меры по охране окружающей среды. Неравномерное учета интересов заинтересованных сторон: чаще всего компании учитывают интересы потребителей и органов государственной власти, реже - негосударственных и исследовательских организаций, учебных заведений, сотрудничество с которыми практически отсутствует.

⁴⁴ Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2013. - № 4 (24). - С.28.

Выводы по 1 главе

На основании проведенного исследования в рамках поставленной цели можно сформулировать следующее определение понятия «корпоративная социальная ответственность» – это реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в программах, способствующих развитию общества.

В настоящее время участие бизнеса в решении социальных проблем либо жестко регулируется в рамках действующего законодательства, либо осуществляется самостоятельно компаниями под воздействием социально установленных стимулов и льгот или моральных устоев. Успех реализации модели корпоративной социальной ответственности в Казахстане будет зависеть от того, насколько эффективно государство, бизнес и общество смогут усвоить положительные и отрицательные уроки зарубежных моделей, а также распространять механизм ее реализации в российских реалиях.

История развития и становления корпоративной социальной ответственности крайне многогранна. Поэтому дальнейшее изучение и совершенствование концепции сформируют новый взгляд на социальную ответственность компаний не просто как дань моде, а как жизненно важный самостоятельный маркетинговый инструмент.

ГЛАВА 2. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ «ЮБИЛЕЙНОЕ»

2.1. Организационно-экономическая характеристика ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»

Компания «Юбилейное» было создана 13 июля 2001 года и зарегистрирована Департаментом Юстиции Мугалжарского района Актюбинской области (свидетельство о государственной перерегистрации №395-190412-ТОО (ИУ)).

Обратим Ваше внимание на то, что с 2001 года по 2015 год Товарищество вело работы на месторождении Юбилейное, а в 3 квартале 2015 года месторождение с согласия компетентного органа было реализовано другому юридическому лицу, в связи с чем, вся представленная информация будет относиться к периоду владения Контрактами на право недропользования и будет осквящена в настоящем времени.

Организационно-правовая форма - товарищество с ограниченной ответственностью. Наблюдательным органом Компании является Совет Директоров.

Основным видом деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» является работа по разведке и добыче, и реализации золотосодержащих руд и полиметаллов, в соответствии с условиями Контрактов на право недропользования.

Месторождение Юбилейное находится на территории Мугалжарского

района Актюбинской области Республики Казахстан в 250-м км к юго-востоку от областного центра г. Актобе.

Ближайшая железнодорожная станция (г. Эмба) Западно-Казахстанской железной дороги находится в 50-ти км к западу от месторождения. Ближайшим населенным пунктам является поселок горняков Алтынды – 2 км.

Начиная с 2001 года Товарищество активно участвует в освоении действующих месторождений полезных ископаемых на территории Актюбинской области, в укреплении минерально-сырьевой базы региона, в привлечении инвестиций в экономику региона, в создании новых рабочих мест и реализации различных социальных программ.

Руководство ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» осуществляется профессиональными сотрудниками, которые имеют большой опыт работы в сфере недропользования.

В ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» декларируют и стараются соответствовать в процессе работы ряду своих принципов:

- принципу слаженности и взаимозаменяемости в руководящем составе;
- высокого качества работы;
- принципу честности и обязательности на каждом из уровней взаимоотношений;
- мобильности в процессе организации и ведения деятельности;
- грамотной кадровой и инвестиционной политики.

Целью ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» является дальнейший процесс расширения бизнеса.

Обеспечивая высокое качество работы и предоставление самых выгодных условий по сотрудничеству клиентам и компаньонам, руководители компанией инвестируют в развитие будущего фирмы.

Чтобы минимизировать финансовые риски, определенные инфляцией, и любые риски которые влияют на финансовое состояние компании, ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» проводит следующие мероприятия:

- анализ финансовых рисков;
- планирование и оценку прибыли;
- определяют рентабельность предприятия, показатели платежеспособности и ликвидности, что способствует оперативному выявлению недостатков в деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» и дает возможность вовремя их ликвидировать.

Руководство ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» отвечает за подготовку финансовой отчетности, достоверно отражающей во всех существенных аспектах финансовое положение компании, а также результаты ее деятельности, движение денежных средств и изменения в капитале за год, закончившийся на эту дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО).

При подготовке финансовой отчетности руководство ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» несет ответственность за:

- выбор надлежащих принципов бухгалтерского учета и их последовательное применение;
- применение обоснованных оценок и расчетов;
- соблюдение требований МСФО, или раскрытие всех существенных отклонений от МСФО в примечаниях к финансовой отчетности; и
- подготовку финансовой отчетности, исходя из допущения, что Компания будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем, за исключением случаев, когда такое допущение неправомерно.

Руководство ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» также несет ответственность за:

- разработку, внедрение и поддержание системы внутреннего контроля Компании, необходимой для подготовки финансовой отчетности;
- поддержание системы бухгалтерского учета, позволяющей в любой момент подготовить с достаточной степенью точности информацию о финансовом положении Компании и обеспечить соответствие финансовой

отчетности требованиям МСФО;

- ведение бухгалтерского учета в соответствии с законодательством Республики Казахстан;
- принятие мер в пределах своей компетенции для защиты активов Компании;
- выявление и предотвращение фактов мошенничества и прочих злоупотреблений.

Проведем анализ отчета о финансовых результатах ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» (таблица 1).

Таблица 1 - Динамика показателей отчета о финансовых результатах ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» за 2012-2014 г., тыс. тенге

Показатели	2012	2013	2014	Абсол. изменение		Темп прироста, %	
				2013 к 2012	2014 к 2013	2013 к 2012	2014 к 2013
Выручка	10397372	8693089	10213526	-183846	1520437	-1,76	14,8
Себестоимость	3989995	4038207	4516908	48212	478701	1,2	11,8
Валовая прибыль	6407377	4654882	5696618	-1752495	1041736	-27,3	22,3
Административные расходы	1990723	1033075	1355367	-957648	322292	-48,1	31,1
Расходы по реализации	1032381	822415	840120	-209966	17705	-20,3	2,15
Убыток от выбытия активов	17365	1835	25236	-15530	23401	-89,4	1275,2
Прочие доходы и расходы	137153	103043	14918	-34110	-88125	-24,8	-85,5
Операционная прибыль	3229755	2680037	3612722	-549718	932685	-17,02	34,8
Финансовые доходы	19391	21370	20695	1979	-675	10,2	-3,15
Финансовые расходы	225106	204170	221629	-20936	17459	-9,3	8,55

Прибыль до налогообложения	3024040	2497237	3411788	-526803	914551	-17,4	36,6
Расходы по подоходному налогу	693506	664538	755626	-28968	91088	-4,17	13,7
Чистая прибыль за год	2330534	1832699	2656162	-497835	823463	-21,3	44,9
Итого совокупный доход за год	2330534	1832699	2656162	-497835	823463	-21,3	44,9

Согласно приведенным данным пришли к следующим выводам. В качестве позитивного момента в деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» можно отметить постоянное увеличение выручки на предприятии. Так, в 2014-м году выручка ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» выросла на 1 520 437 тысяч тенге или на 14,8% и составила 10 213 526 тысяч тенге. В 2013-м году по сравнению с 2012 годом показатель выручки компании упал на 183 846 тысяч тенге или 1,76%.

В 2014-м году произошло увеличение валовой прибыли ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на предприятии на 1 041 736 тысяч тенге или на 22,3%. В 2013-м же году показатель валовой прибыли снизился в сравнении с 2012 годом на 1 752 495 тысяч тенге или 27,3%.

Показатель административных расходов в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в 2014-м году вырос на 322 292 тысяч тенге или на 31,1%, а показатель чистой прибыли от продаж также вырос на 2 656 162 тысяч тенге или на 44,9%, что может говорить об эффективной политике реализации товара и маркетинговой деятельности предприятия.

В 2013-м году показатель административных расходов в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в сравнении с 2012 годом упал на 957 648 тысяч тенге или 48,1%.

Чистая же прибыль ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в 2013-м году снизилась на 497 835 тысяч тенге или 21,3% в сравнении с 2012-м годом.

Показатель же прибыли до налогообложения в 2014-м году по сравнению с 2013-м годом вырос на 914 551 тысяч тенге или 36,6%, что является положительным моментом. В 2013-м году прибыль до налогообложения ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» упала 526 803 тысяч тенге или на 17,4%.

Расходы по подоходному налогу в 2014-м году по сравнению с 2013-м годом выросли на 91 088 тысяч тенге или на 13,7%.

В качестве отрицательного момента в деятельности компании отметим резкий рост себестоимости.

Показатель себестоимости в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» возрос в 2014-м году на 478 701 тысяч тенге или на 11,8%. Отметим, что показатель темпа роста выручки больше, чем показатель темпа роста себестоимости, что может свидетельствовать о рациональном и эффективном использовании финансового и трудового потенциала компании.

Таким образом, ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» - стабильно развивающееся золотодобывающее предприятие. Инфраструктура предприятия ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» для развития бизнеса развита достаточно.

2.2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»

Проведем анализ финансово-хозяйственной деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ». Анализ динамики бухгалтерского баланса ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» представим в таблице 2.

Таблица 2 - Динамика показателей бухгалтерского баланса
ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» за 2012-2014 г., тыс. тенге

Показатель	2012	2013	2014	Абсол. изм-е		Темп прироста, %	
				2013 к	2014 к	2013 к	2014 к

				2012	2013	2012	2013
АКТИВЫ							
I. Внеоборотные активы							
Активы по разведке и оценке	1625180	1838245	2535445	213065	697200	13,1	37,92
Не материальные активы	60884	418294	355126	357410	-63168	587,1	-15,1
Основные средства	4565655	5394929	5972392	829274	577463	18,16	10,7
Авансы выданные и предоплаты	85866	109000	43356	23134	-65644	26,9	-60,2
Займы выданные	-	-	19709	-	+19709	-	+100
Отложенные налоговые активы	63809	62341	105088	-1468	42747	-2,3	68,5
Денежные средства, ограниченные в использовании	345091	340938	422641	-4153	81703	-1,2	23,96
Итого по разделу I	6746485	8163747	9453757	1417262	1290010	21,1	15,8
II. Оборотные активы							
Запасы	1063461	695717	1043289	-367744	347572	-34,5	49,9
Налог на добавл. стоимость к возмещению	330551	290200	474588	-40351	184388	-12,2	63,5
Торговая и прочая дебиторская задолженность	231382	535742	528718	304360	-7024	131,5	-1,31
Авансы выданные и предоплаты	87126	72433	84247	-14693	11814	-16,8	16,3
Денежные средства и денежные эквиваленты	390478	70137	504402	-320341	434265	-82,03	619,1
Займы выданные	75219	774	6333	-74445	5559	-98,9	718,2
Предоплата по подоходному налогу	-	49664	-	+49664	-49664	100	-100
Итого по разделу II	2178217	1714667	2641577	-463550	926910	-21,2	54,05
Баланс	8924702	9878414	12095334	953712	2216920	10,6	22,44
ПАССИВЫ							
III. Капитал и резервы							
Уставный капитал	200	200	200	-	-	-	-
Дополнительно	691735	691735	691735	-	-	-	-

оплаченный капитал							
Резервный капитал	50	50	50	-	-	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	454278 2	572251 2	7187638	117973 0	146512 6	25,9	25,6
Итого по разделу III	523476 7	641449 7	7879623	117973 0	146512 6	22,5	22,84
IV. Долгосрочные обязательства							
Отложенные налоговые обязательства	-	-	-	-	-	-	-
Процентные займы	-	-	-	-	-	-	-
Резервы долгосрочные	152010 7	156477 2	1398442	44665	-166330	2,93	-10,69
Итого по разделу IV	152010 7	156477 2	1398442	44665	-166330	2,93	-10,69
V. Краткосрочные обязательства							
Процентные займы	338824	373428	475915	34604	102487	10,2	27,4
Торговая и прочая кредиторская задолженность	163566 7	132246 6	1583112	-313201	260646	-19,14	19,7
Резервы краткосрочные	99513	125114	127228	25601	2114	25,7	1,68
Налоги и прочие обязательные платежи в бюджет	-	229106	276033	229106	46927	100	20,4
Задолженность по подоходному налогу	95824	34980	-	-60844	-34980	-63,4	-100
Задолженность по налогу на сверхприбыль	-	-	-	-	-	-	-
Обязательства по контрактам на недропользование	-	15361	153671	15361	138310	100	900,3
Итого по разделу V	216982 8	206547 5	2650939	-104353	585464	-4,8	28,3
Баланс	892470 2	987841 4	1209533 4	953712	221692 0	10,6	22,4

Показатели динамики бухгалтерского баланса ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»

представлен на рисунке 3.

Показатель активов на предприятии по итогам анализируемого периода возрастал. Так, в 2014-м году наблюдался рост активов ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге. В 2013-м году по сравнению с 2012-м годом активы компании выросли на 953 712 тысяч тенге или же на 10,6%.

Процесс роста активов ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в 2014-м году произошел за счет того, что выросли основные средства компании на 577 463 тысяч тенге или же на 10,7%, денежные средства компании на 434 265 тысяч тенге или же в 6 раз, активы по разведке и оценке на 697 200 тысяч тенге или на 37,92%, а также запасы предприятия на 347 572 тысяч тенге или же на 49,9%.

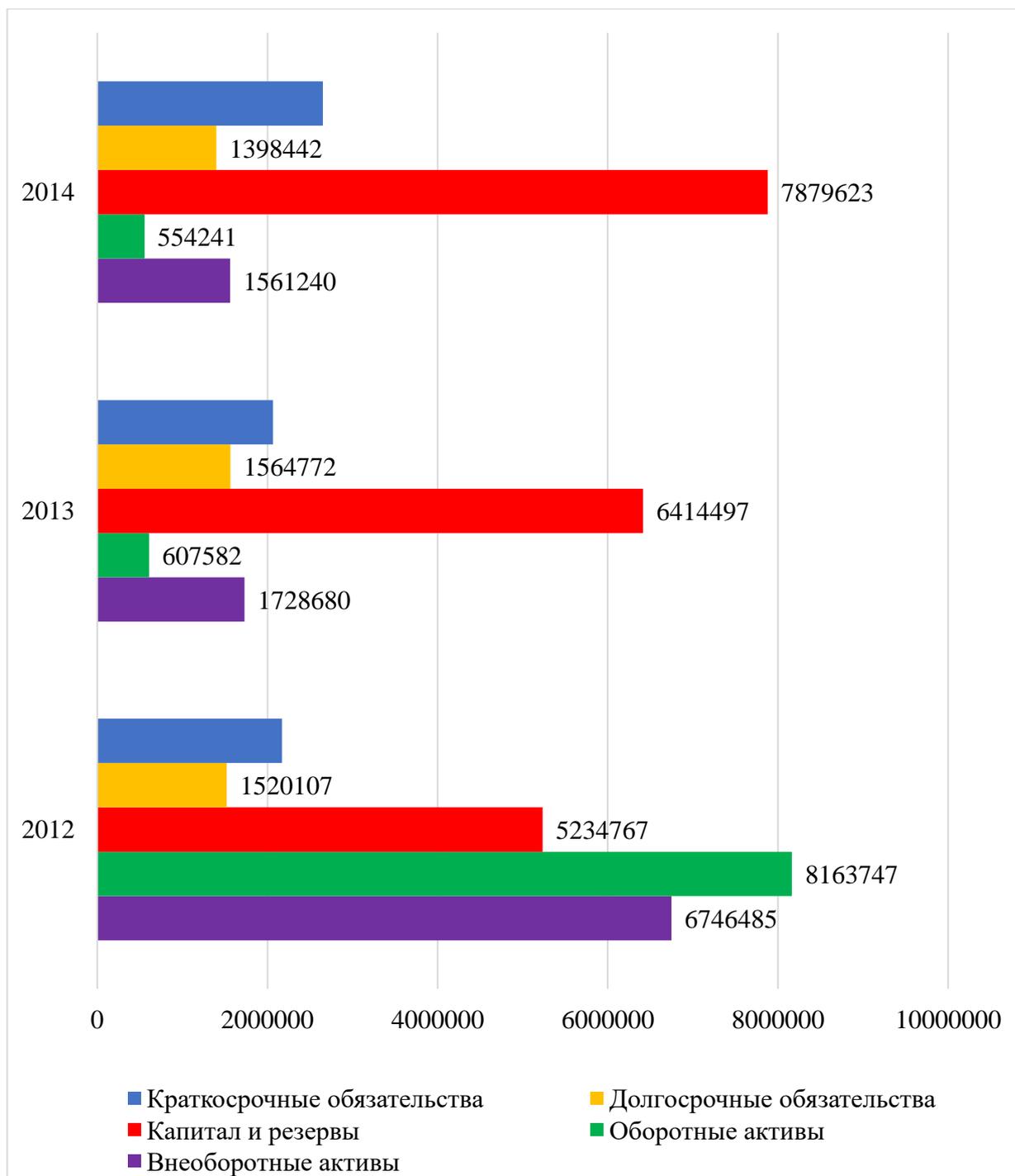


Рисунок 3 - Динамика показателей бухгалтерского баланса

ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ», тыс. тенге

Как отрицательный момент отметим снижения нематериальных активов компании в 2014-м году на 587,1 тыс. тенге или на 15,1%, а также рост налога на

добавленную стоимость на 184 388 тысяч тенге или 63,5%.

Показатель пассивов компании за анализируемый период также вырос. Так, в 2014-м году наблюдался рост пассивов ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге.

В 2013-м году по сравнению с 2012-м годом пассивы ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» выросли на 953 712 тысяч тенге или же на 10,6%.

Процесс роста пассивов компании в 2014-м году произошел из-за того, что выросла нераспределенная прибыль компании на 1 465 126 тысяч тенге или на 25,6%. Обязательства по контрактам на недропользование также в 2014-м году выросли в сравнении с 2013-м годом на 138 310 тысяч тенге или в 9 раз.

Согласно результатам проведенного в работе анализа, пришли к следующим **выводам**:

1. Показатель активов на предприятии в 2014-м году вырос в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге. Процесс роста активов ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в 2014-м году произошел за счет того, что выросли основные средства компании на 577 463 тысяч тенге или же на 10,7%, денежные средства компании на 434 265 тысяч тенге или же в 6 раз, активы по разведке и оценке на 697 200 тысяч тенге или на 37,92%, а также запасы предприятия на 347 572 тысяч тенге или же на 49,9%.

2. Показатель пассивов компании в 2014-м году также вырос в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге.

Процесс роста пассивов компании в 2014-м году произошел из-за того, что выросла нераспределенная прибыль компании на 1 465 126 тысяч тенге или на 25,6%.

Обязательства по контрактам на недропользование также в 2014-м году выросли в сравнении с 2013-м годом на 138 310 тысяч тенге или в 9 раз.

3. В качестве положительного момента в деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» можно отметить постоянное увеличение выручки на

предприятия. Так, в 2014-м году выручка компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» выросла на 1 520 437 тысяч тенге или на 14,8% и составила 10 213 526 тысяч тенге.

Также положительным является процесс роста показателя чистой прибыли от продаж в 2014-м году в сравнении с 2013-м годом на 2 656 162 тысяч тенге или на 44,9%, что может говорить об эффективной политике реализации товара и маркетинговой деятельности предприятия.

4. Как отрицательный момент отметим рост себестоимости. Показатель себестоимости в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» также возрос в 2014-м году на 478 701 тысяч тенге или на 11,8%.

Однако отметим, что показатель темпа роста выручки больше, чем показатель темпа роста себестоимости, что может свидетельствовать о рациональном и эффективном использовании финансового и трудового потенциала компании.

2.3. Оценка корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»

Рассмотрим организацию корпоративной социальной ответственности компании. ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в своей последовательной и системной политике развития стремится к постоянству, эффективности и прибыльности.

Достижения положительного долгосрочного результата возможно при учете интересов как непосредственно клиентов, так и сотрудников, партнеров, инвесторов и других заинтересованных сторон, имеющих взаимодействие с компанией. Именно поэтому КСО бизнеса является важным аспектом деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ».

Ключевыми направлениями работы для ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в секторе КСО являются:

- ответственность перед клиентами за качество сырья;
- ответственность перед работниками за создание оптимальных условий для работы, развития и реализации собственного потенциала;
- ответственность перед партнерами за честное и добросовестное партнерство;
- ответственность предприятия перед обществом за влияние на окружающую среду.

Основными принципами деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» является соблюдение законодательных стандартов качества, внедрения высоких международных норм контроля на всех этапах добычи сырья, учет ее безопасности.

Предприятие придерживается следующих принципов:

- обеспечение здоровых и безопасных условий труда сотрудников компании;
- снижение вредного воздействия на окружающую среду;
- эффективное взаимодействие с органами власти и открытый диалог с представителями заинтересованных сторон.

За годы работы ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» по своей инициативе реализовало строительство инфраструктуры п. Алтынды (водоснабжение, электроснабжение, строительство общей дороги протяженностью 70 км.), строительство и финансирование социальных объектов (детский сад и средняя школа, медпункт, почта, общежития, баня, салон красоты и др.). Указанный перечень не является исчерпывающим и это только малая часть большого объема социальных работ, осуществленных Компанией, и направленных на развитие инфраструктуры региона.

Согласно Контракту на недропользование №830 от 14.12.2001 года на проведение добычи, государство обязало ТОО «Юбилейное» выполнять следующие обязательства:

- соблюдать согласованные в установленном порядке технологические схемы и проекты по проведению добычи;
- использовать оборудование, материалы и готовую продукцию, производимые в государстве;
- привлекать казахстанские предприятия и организации для выполнения работ и услуг при проведении Добычи;
- в случае отсутствия каких-либо услуг необходимого качества в Республике Казахстан, использовать услуги иностранных организаций по разрешению соответствующего Государственного органа;
- при проведении Добычи отдавать предпочтение казахстанским кадрам создавать рабочие места.
- представлять Компетентному органу Рабочую программу, а также полную информацию о процессе ее реализации;
- финансировать не менее 0,1 % от эксплуатационных затрат на профессиональную подготовку привлеченного к работам по Контракту;
- беспрепятственно предоставлять необходимые документы, информацию и доступ к местам работ контролирующим Государственным органам;
- передавать информацию о содержании Добычи Третьим лицам, только с письменного согласия другой Стороны;
- своевременно уплачивать налоги и иные обязательные платежи⁴⁵.

В 2013 году в Контракт были внесены изменения, которые были направлены на повышение процента местного содержания в товарах, работах, услугах и кадрах, и стимулирование местного производства.

Пункт 7.4. Раздела 7 Контракта дополнить подпунктами 7.4.26. -7.4.29, следующего содержания:

«7.4.26. Ежегодно не позднее 1 февраля представлять в компетентный

⁴⁵ Контракт на недропользование №830 от 14.12.2001 на проведение добычи ТОО «Юбилейное».

орган среднесрочную и долгосрочную программы закупа товаров, работ и услуг на предстоящие периоды».

«7.4.27. Ежеквартально не позднее пятнадцатого числа месяца представлять в компетентный орган отчеты об исполнении обязательств по размеру расходов, направляемых на обучение, повышение квалификации и переподготовку работников, являющихся гражданами Республики Казахстан».

«7.4.28. Ежегодно не позднее пятнадцатого числа месяца, следующего за отчетным периодом, представлять компетентному органу отчет об исполнении обязательств по казахстанскому содержанию в кадрах».

«7.4.29. Направлять на социальные нужды региона ежегодно по \$100тыс. в период 2014-2016гг., и по \$150тыс. в период 2017-2024гг. путем перечисления в областной бюджет».

В календарном графике Рабочей программы Контракта в строках 2010, 2011, 2012 гг. добычу руды в объеме 150 тыс. т. заменить на 300 тыс. т.

По ходу реализации контрактных обязательств, с учетом существующей в отрасли практики, в Контракт постоянно вносились изменения. Так в 2014 году были внесены следующие изменения:

В разделе 7 Контракта:

- подпункт 7.4.12. изменить и изложить в следующей редакции: «Ежегодно осуществлять в период проведения добычи финансирование обучения, повышения квалификации и переподготовки работников, являющихся гражданами РК, задействованных при исполнении контракта, в размере не менее 1% процента от ежегодного объема инвестиций»;

- подпункт 7.4.29 изложить в редакции:

«Ежегодно производить отчисления на социально-экономическое развитие региона и развитие его инфраструктуры в размере по 18 352 000 тенге или 100 тысяч долларов США в период с 2014-2016 годы, и по 27 528 000 тенге или 150 тысяч долларов США в период с 2017-2024 годы путем перечисления в

областной бюджет»;

Исходя из озвученного, принимая во внимания контрактные обязательства закрепляющие социальную ответственность, а также для оценки эффективности политики корпоративной социальной ответственности исследуемой компании рассчитаем $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО предприятия. Если коэффициент меньше единицы – это свидетельствует о невысоком уровне корпоративной социальной ответственности. Чем выше данный коэффициент, тем выше уровень корпоративной социальной ответственности предприятия.

$$K_{КСО} = I_B * I_{ч} * I_{зп}, \quad (1)$$

где I_B – индекс изменения выручки предприятия;

$I_{ч}$ – индекс изменения среднесписочной численности работников предприятия;

$I_{зп}$ – индекс изменения средней заработной платы работников предприятия.

I_B рассчитывается по формуле 2:

$$I_B = \frac{B}{B_0}, \quad (2)$$

где B – выручка от реализации продукции предприятия в анализируемом периоде;

B_0 – выручка от реализации продукции предприятия в предшествующем периоде.

$I_{ч}$ рассчитывается по формуле 3:

$$I_{ч} = \frac{ч}{ч_0}, \quad (3)$$

где $Ч$ – среднесписочная численность работников предприятия в анализируемом периоде;

$Ч_0$ – среднесписочная численность работников предприятия в предшествующем периоде.

$I_{ЗП}$ рассчитывается по формуле 4:

$$I_{ЗП} = \frac{ЗП}{ЗП_0}, \quad (4)$$

где $ЗП$ – средняя заработной плата работников предприятия в анализируемом периоде;

$ЗП_0$ – средняя заработной плата работников предприятия в предшествующем периоде.

Рассчитаем I_B исследуемого ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» по формуле 2:

$$I_B = \frac{10213526}{8693089} = 1,17$$

Рассчитаем $I_Ч$ исследуемого ТОО «Юбилейное» по формуле 3:

$$I_Ч = \frac{746}{744} = 1$$

Рассчитаем $I_{ЗП}$ исследуемого ТОО «Юбилейное» по формуле 4:

$$I_{ЗП} = \frac{500,129}{409,360} = 1,22$$

Теперь рассчитаем $K_{КСО}$ ТОО «Юбилейное» по формуле 1:

$$K_{КСО} = 1,17 * 1 * 1,22 = 1,43$$

Таким образом, $K_{КСО}$ ТОО «Юбилейное» равен 1,43, это говорит о том, что уровень корпоративной социальной ответственности анализируемого предприятия находится в пределах нормы (не ниже 1, чем выше показатель, тем выше уровень КСО компании), но тем не менее данный показатель не высокий, что говорит о том, что необходимо повышать уровень КСО компании. В сравнении с аналогичными (по показателям числа персонала и выручки) конкурентным предприятием, имеющим увеличение показателей выручки, уровень КСО более высокий.

Сравнение показателей $K_{КСО}$ в ТОО «Юбилейное» и предприятия-конкурента представим в таблице 3.

Таблица 3 - Сравнение показателей $K_{КСО}$ в ТОО «Юбилейное» и предприятия-конкурента

Наименование предприятия	ТОО «Юбилейное» (2014 г.)	ТОО «Самрук-Казына Контракт» (2014 г.)
Выручка, тенге	10213526	10935528
$K_{КСО}$	1,43	2,16

Из таблицы 3 видно, что в сравнении с аналогичным (по показателям числа персонала и выручки) конкурентным предприятием, имеющим увеличение показателей выручки, $K_{КСО}$ у компании более низкий, чем у конкурента, что что говорит о том, что необходимо повышать уровень КСО компании.

Также проведем оценку организационных аспектов КСО компании на основе данных, собранных в результате проведения анкетного опроса (приложение). При оценке организационных аспектов КСО компании

рассчитывался средний балл по каждому задаваемому вопросу, затем средние баллы суммировались по каждому организационному аспекту. Результатом проведенного нами анкетирования стали нижеприведенные данные:

- Мотивация – 18 балл – «удовлетворительно».
- Отношения в коллективе – 10 баллов – «плохо».
- Организационная структура – 19 баллов – «удовлетворительно».
- Управление и развитие – 21 баллов – «удовлетворительно».

Общая оценка организационных аспектов организационных аспектов КСО компании: 68 баллов («удовлетворительно»).

Проанализировав полученные данные, можно сказать - минимальная оценка получена в разделе Отношения в коллективе (10 баллов) - присутствуют довольно холодные отношения между сотрудниками, которые в общении не обходятся без ссор и плохого настроения. Работники разных уровней (начальники, его заместители и специалисты) взаимодействуют с конфликтами, не всегда вежливо.

В графе «Организационная структура» 19 баллов, также не высокий показатель, что говорит о несоответствии общих идей и идей работников.

Однако максимально близок к неудовлетворительной оценке и балл по мотивации - неудовлетворенность работников размером заработной платы, премиями и т.д.

Еще один фактор с не очень высоким баллом - управление и развитие. Это может быть объяснено отсутствием эффективной системы стимулирования, системы подготовки кадров и повышения квалификации.

Хотя общая оценка качества трудовой жизни на удовлетворительном уровне, существует ряд показателей, на которые правлению ТОО «Юбилейное» следовало бы обратить внимание:

- улучшить систему мотивации;
- преобразовать организационную структуру, внедрив методики, которые

действительно ускоряют деловые операции, обязательно наладить отношения между сотрудниками, снизить уровень конфликтности в исследуемом коллективе.

Ниже представлены факторы благоприятного и неблагоприятного климата, которые опрашиваемые коллектива ТОО «Юбилейное» должны были охарактеризовать собственной оценкой от +3 до -3:

+3 – свойства проявляются в коллективах всегда;

+2 - свойства проявляются в большем количестве ситуаций;

+1 – свойства проявляются не часто;

0 – ни те, ни противоположные свойства не проявляются выражено или проявляются одинаково;

- 1 – свойства проявляются достаточно заметным образом;

- 2 - свойства проявляются в большем количестве ситуаций;

- 3 – свойства проявляются регулярно.

$$(1+1+1+2+2+1+2+2+1+1)/ 10 = 14/10 = 1,4$$

Каждому работнику был представлен свой экземпляр таблицы, по результатам которых была выведена средняя оценка для каждого фактора, результат отражен в таблице 4.

Таблица 4 - Оценка социально-психологического климата в ТОО «Юбилейное»

Преобладает бодрый, жизнерадостный настрой	+1	Преобладает подавленный настрой
Наличие доброжелательности в отношении, взаимных симпатий	+1	Наличие конфликтности в отношении, антипатий
Члены коллектива любят быть вместе	+1	Членов коллектива тяготит работа
Успех или неудача коллег вызывают сопереживания	+2	Успех вызывает чувство зависти, неудача - злорадство
Уважение мнений друг друга в	+2	Каждый терпим к мнениям

коллективе		
Один за всех и все за одного	+1	Каждый сам за себя
Наличие чувства гордости за собственный коллектив и его участников	+2	Наличие равнодушия к коллективу и к его участникам
Каждый из членов коллектива активный, полный идей, энергии	+2	Каждый из членов коллектива пассивный, инертный
Совместное дело может всех увлечь	+1	Невозможно увлекать новыми делами
Справедливое отношение друг к другу в коллективе	+1	В коллективе наличие привилегированных и отверженных

Анализируя вышесказанное, пришли к выводу, что политика корпоративной социальной ответственности в компании довольно гибкая, но имеет ряд недостатков.

Так, среди принципов КСО исследуемой компании слабо развито направление «Социальная поддержка персонала». В этой сфере компания осуществляет мероприятия по обеспечению безопасности персонала, при найме на работу отдает предпочтение казахстанским кадрам, осуществляет профессиональную подготовку привлеченного к работам по Контракту персонала, а также обучение, повышение квалификации и переподготовку работников, являющихся гражданами Республики Казахстан, задействованных при исполнении контракта.

В политике КСО компании отсутствуют такие принципы в области управления персоналом, как поддержка развития безопасной, здоровой и продуктивной рабочей атмосферы; поддержка стремления сотрудников реализовывать в работе весь потенциал; поощрения эффективной деятельности каждого работника; стремление к эффективному диалогу с персоналом и т.д. Таким образом, политика КСО ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» требует совершенствования в данном направлении.

Выводы по 2 главе

ТОО «Юбилейное» было организовано 13 июля 2001 года и на протяжении

15 лет вело разработку месторождения Юбилейное в Актюбинской области. Основным видом деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» являются работы по разведке и добыче золотосодержащих руд и полиметаллов согласно Контрактам на недропользование, а также реализация золотосодержащей руды.

В качестве положительного момента в деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» можно отметить постоянное увеличение выручки на предприятии. Так, в 2014-м году выручка компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» выросла на 1 520 437 тысяч тенге или на 14,8% и составила 10 213 526 тысяч тенге. Также положительным является процесс роста показателя чистой прибыли от продаж в 2014-м году в сравнении с 2013-м годом на 2 656 162 тысяч тенге или на 44,9%, что может говорить об эффективной политике реализации товара и маркетинговой деятельности предприятия.

Согласно оценке корпоративной социальной ответственности компании, результатам проведения анкетного опроса по оценке организационных аспектов КСО ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ», пришли к выводу, что политика корпоративной социальной ответственности в компании довольно гибкая, но имеет ряд недостатков. Так, среди принципов КСО исследуемой компании слабо развито направление «Социальная поддержка персонала». В этой сфере компания осуществляет мероприятия по обеспечению безопасности персонала, при найме на работу отдает предпочтение казахстанским кадрам, осуществляет профессиональную подготовку привлеченного к работам по Контракту персонала, а также обучение, повышение квалификации и переподготовку работников, являющихся гражданами Республики Казахстан, задействованных при исполнении контракта.

В политике КСО компании отсутствуют такие принципы в области управления персоналом, как поддержка развития безопасной, здоровой и продуктивной рабочей атмосферы; поддержка стремления сотрудников реализовывать в работе весь потенциал; поощрения эффективной деятельности

каждого работника; стремление к эффективному диалогу с персоналом и т.д. Таким образом, политика КСО ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» требует совершенствования в данном направлении.

ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИИ (на примере ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»)

3.1. Мероприятия по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»

В связи с выявленными недостатками в КСО компании, в качестве рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем совершенствование социального пакета персонала.

Социальный пакет ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем разделить на три части: обязательную, компенсационную, и, наконец, самую интересную – мотивационную.

Обязательная часть социального пакета ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» должна основываться на обязательствах работодателя, возложенных на него государством. Об объеме и порядке их получения можно узнать непосредственно из Трудового Кодекса Республики Казахстан. К ней относятся: оплата больничных листов; предоставление основного оплачиваемого ежегодного отпуска в размере 24 календарных дня; обязательное социальное страхование (отчисления в пенсионный фонд, сюда же можно отнести уплату подоходного налога); медицинское страхование, возмещение расходов, связанных с командировками сотрудников; возмещение транспортных расходов сотрудникам, постоянная работа которых имеет разъездной характер; целый ряд гарантий предоставляется сотруднику при исполнении им государственных или общественных обязанностей (сдача донорской крови, участие в миротворческой операции, осуществление трудовой деятельности в зонах экологического бедствия и радиационного риска и т.д.); прочие компенсации и гарантии; оплата временной нетрудоспособности, и т.д.

К компенсационному социальному пакету в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем отнести те меры, которые предпринимает работодатель, для возврата личных средств работника, затрачиваемых им во время исполнения должностных обязанностей.

Например, такие возвратные выплаты, как оплата мобильной связи, компенсация бензина и амортизации при использовании личного автомобиля, оплата/покупка жилья для работника, возврат части или 100% затрат на обучение и т.д.

К конкурентному (мотивационному) социальному пакету в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» необходимо отнести все то, что компания-работодатель

добавляет к зарплате по собственному желанию помимо того, к чему его обязывает государство: льготное или бесплатное питание, добровольное медицинское страхование, оплата спортивных мероприятий, предоставление корпоративного автомобиля, льготные путевки и т.д.

Например, в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ», в мотивационный социальный пакет должны быть включены следующие льготы:

- повышение заработной платы;
- денежная компенсация на обеды;
- оплата медицинских услуг;
- оплата отдыха и лечения работников и их детей;
- предоставление заемных средств и оказание материальной помощи на улучшение жилищных условий;
- предоставление оплачиваемых, дополнительных отпусков работникам вредных профессий;
- единовременные поощрительные выплаты к юбилейным датам.

В социальный пакет ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» должно входить:

- добровольное медицинское страхование, оплачиваемое предприятием;
- бесплатное питание беременным женщинам до ухода их в декретный отпуск;
- материальная помощь работникам, впервые вступающим в брак;
- разовая помощь работникам предприятий при рождении ребёнка;
- бесплатные новогодние подарки детям сотрудников;
- оздоровительные путевки работникам и членам их семей с частичной оплатой стоимости путевок. ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» также должно активно заботиться о здоровье своих работников. Именно поэтому в компании необходимо предпринимать действия по оздоровлению работников и членов их семей, путем предоставления или частичной оплаты путевок в санатории для лечения и отдыха;

- дотация на питание всем сотрудникам предприятия;
- разовая материальная помощь молодым работникам (первое рабочее место);
- беспроцентные ссуды своим работникам;
- кредитование для приобретения жилья. Острая проблема, с которой может столкнуться любой работник - это обеспечение жильем себя и своей семьи. ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» должно решать эту проблему, реализуя жилищную политику, которая направлена на обеспечение комфортных условий проживания работников.

В ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» целесообразно организовать программу корпоративного долгосрочного кредитования в соответствии с Положением об улучшении жилищных условий работникам;

- оплачиваемая мобильная связь;
- премии по результатам года;
- выплата пособия при выходе на пенсию.

Также возможно внедрение в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» социальных пакетов также на неработающих пенсионеров (бывших сотрудников предприятия). Например, социальный пакет для пенсионеров должен включать:

- предоставление бесплатных путевок в санатории-профилактории;
- оказание материальной помощи (разовой в течение календарного года, к профессиональному празднику, к празднованию юбилейных дат исследуемого предприятия).

Также ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» должно заботиться о своих сотрудниках и стремиться обеспечить:

- необходимые санитарно-гигиенические и бытовые условия на рабочих местах;
- функциональной и качественной специальной одеждой, и обувью всех работников, занятых на производстве;

- безопасную и эргономичную организацию всех рабочих мест во всех подразделениях ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ»;
- питьевой водой всех работников подразделений на своих рабочих местах.

ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» постоянно развивается и принимает на работу квалифицированных и компетентных молодых работников, и специалистов, в связи с чем ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» должно постоянно проводить программы, обеспечивающие:

- сочетание трудовых обязанностей молодых работников и специалистов продолжать образование без отрыва от производства, повышать квалификацию и профессиональное развитие;
- создание рабочих мест для молодых сотрудников и специалистов;
- оказание содействия в проведении научно-практических конференций молодых специалистов, и в организации их досуга.

Наличие широкого социального пакета, как гарантии социальной защищенности, становится все более определяющим при выборе места работы, и при двух равных предложениях, сотрудник выберет компанию, гарантирующую получение льгот.

На этапе внедрения социального пакета в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» важно выполнять следующие условия:

1. Активно распространять официальную информацию о наполнении социального пакета.
2. Широко применять инструменты внутреннего PR.
3. Проводить акции по продвижению льгот среди сотрудников.

На этапе использования социального пакета важно выполнять следующие условия:

1. Осуществлять информирование новых сотрудников о перечне льгот.
2. Производить мониторинг удовлетворенности (при увольнении и у

работающих сотрудников анкета по удовлетворенности, конфиденциальные опросы, интервью с руководителями подразделений).

3. Управлять социальным пакетом.

Для самой компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» социальный пакет станет одним из критериев солидности, стабильности и успешности, а также показателем уровня корпоративной культуры и развития корпоративной социальной ответственности.

Таким образом, выполнение вышеуказанных мероприятий по совершенствованию корпоративной социальной ответственности компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» будет способствовать интенсивному развитию КСО на предприятии, росту удовлетворенности персонала трудом и повышению производительности труда персонала, а, следовательно, и росту выручки на предприятии.

3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий

Проведем оценку эффективности предложенных мероприятий. С целью определения экономической эффективности предложенных мероприятий рассчитаем эффект предложенных мероприятий.

Для того чтобы рассчитать эффективность предложенных мероприятий представим отчет о финансовых результатах для ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» с учетом предложенных мероприятий. В процессе внедрения всех мероприятий произошел рост выручки компании (таблица 5).

Таблица 5 - Отчет о финансовых результатах ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» после внедрения мероприятий, тыс. тенге

Показатели	До	После	Изменение	
			абс., тыс. тенге	отн., %

Выручка	10213526	13481854	3268328	31,99
Численность персонала	746	746	-	-
Средняя ЗП	500,129	560,179	60,05	7

Таким образом, в процессе внедрения мероприятий организация получила рост выручки на 32%.

Представим динамику данных показателей до и после внедрения предложенных мероприятий в виде диаграммы (рис. 4).

Если до проведения мероприятий показатели выручки составляли 10 213 526 тыс. тенге, то теперь она выросла на 32%, то есть на 3 268 328 тыс. тенге, и выручка после мероприятий составила 13 481 854 тыс. тенге:

$$*32\% = 10\,213\,526 + 3\,268\,328 = 13\,481\,854 \text{ тыс. тенге}$$

Таким образом, в результате проведения предложенных мероприятий произошло увеличение выручки ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 3 268 328 тыс. тенге или 32%.

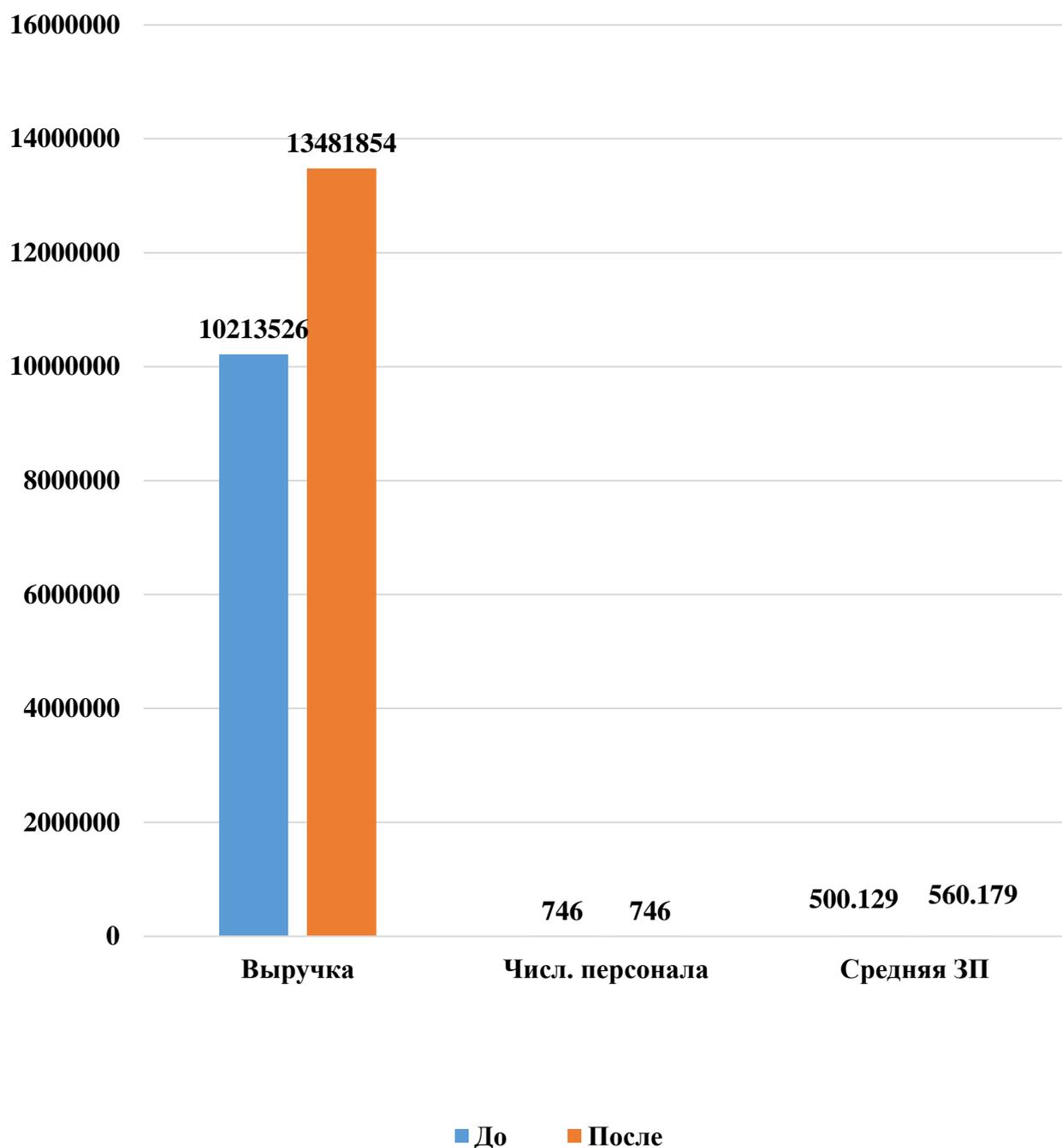


Рисунок 4 - Динамика показателей деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» до и после внедрения предложенных мероприятий, тыс. тенге

При проведении оценки эффективности предложенных мероприятий необходимо учитывать затраты на проведение мероприятий. Затраты на

проведение мероприятий составили 9% от суммы, на которую произошло увеличение выручки вследствие внедрения мероприятий. Таким образом, на проведение мероприятий в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» потратило 294 149 тыс. тенге.

Рассчитаем насколько увеличилась выручка после внедрения предложенных рекомендаций с учетом затрат на их внедрение:

$$3\,268\,328 \text{ тыс. тенге} - 294\,149 \text{ тыс. тенге} = 2\,974\,179 \text{ тыс. тенге}$$

Таким образом, общая экономическая эффективность предложенных мероприятий составила 2 974 179 тыс. тенге.

Также рассчитаем, как изменится $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» после внедрения мероприятий.

Рассчитаем индекс изменения выручки I_B ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» после внедрения рекомендаций по формуле 2:

$$I_B = \frac{13481854}{10213526} = 1,32$$

Индекс изменения среднесписочной численности работников $I_{\text{ч}}$ ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций остался прежним.

Рассчитаем индекс изменения средней заработной платы работников $I_{\text{ЗП}}$ ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций по формуле 4:

$$I_{\text{ЗП}} = \frac{560,179}{500,129} = 1,12$$

Теперь рассчитаем $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций по формуле 1:

$$K_{КСО} = 1,32 * 1 * 1,12 = 1,48$$

Таким образом, $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций повысился с 1,43, по 1,48, это говорит о повышении уровня корпоративной социальной ответственности анализируемого предприятия.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что предложенные мероприятия являются эффективными.

Выводы по 3 главе

В связи с выявленными недостатками в КСО компании, в качестве рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем совершенствование социального пакета персонала.

Социальный пакет ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем разделить на три части: обязательную, компенсационную, и, самую интересную – мотивационную. Для самой компании социальный пакет станет одним из критериев солидности, стабильности и успешности, а также показателем уровня корпоративной культуры и развития корпоративной социальной ответственности. Таким образом, выполнение вышеуказанных мероприятий по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» будет способствовать интенсивному развитию КСО на предприятии, росту удовлетворенности персонала трудом и повышению производительности труда персонала, а, следовательно, и росту выручки на предприятии.

Общая экономическая эффективность предложенных мероприятий

составила 2974179 тыс. тенге. $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций повысился с 1,43, по 1,48, это говорит о повышении уровня корпоративной социальной ответственности анализируемого предприятия. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что предложенные мероприятия являются эффективными.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На современном этапе политика внедрения корпоративной социальной ответственности на предприятиях воспринимается обществом как конкурентное преимущество, но все же процент применения КСО остается весьма незначительным, если рассматривать выборку гораздо большего объема. Для многих организаций введение политики построения долгосрочных социальных отношений с обществом остается каким-то новшеством, неприменимым для отечественных предприятий.

Но, конкуренция на рынке с каждым годом все усиливается, и можно предположить, что многие владельцы фирм в скором времени окончательно примут решение введения политики КСО.

ТОО «Юбилейное» было организовано 13 июля 2001 года и на протяжении 15 лет вело разработку месторождения Юбилейное в Актюбинской области.

Основным видом деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» являются работы по разведке и добыче золотосодержащих руд и полиметаллов согласно Контрактам на недропользование, а также реализация золотосодержащей руды. Месторождение Юбилейное находится на территории Мугалжарского района Актюбинской области Республики Казахстан в 250-м км к юго-востоку от областного центра г. Актобе.

Начиная с 2001 года Товарищество активно участвует в освоении действующих месторождений полезных ископаемых на территории Актюбинской области, в укреплении минерально-сырьевой базы региона, в привлечении инвестиций в экономику региона, в создании новых рабочих мест и реализации различных социальных программ.

Таким образом, ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» - стабильно развивающееся золотодобывающее предприятие. Инфраструктура предприятия ТОО

«ЮБИЛЕЙНОЕ» для развития бизнеса развито достаточно.

Согласно результатам проведенного в работе анализа, пришли к следующим выводам. Показатель активов на предприятии в 2014-м году вырос в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге. Процесс роста активов ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» в 2014-м году произошел за счет того, что выросли основные средства компании на 577 463 тысяч тенге или же на 10,7%, денежные средства компании на 434 265 тысяч тенге или же в 6 раз, активы по разведке и оценке на 697 200 тысяч тенге или на 37,92%, а также запасы предприятия на 347 572 тысяч тенге или же на 49,9%. Показатель пассивов компании в 2014-м году также вырос в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 22,44% или же на 2 216 920 тысяч тенге. Процесс роста пассивов компании в 2014-м году произошел из-за того, что выросла нераспределенная прибыль компании на 1 465 126 тысяч тенге или на 25,6%. Обязательства по контрактам на недропользование также в 2014-м году выросли в сравнении с 2013-м годом на 138 310 тысяч тенге или в 9 раз.

В качестве положительного момента в деятельности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» можно отметить постоянное увеличение выручки на предприятии. Так, в 2014-м году выручка компании ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» выросла на 1 520 437 тысяч тенге или на 14,8% и составила 10 213 526 тысяч тенге. Также положительным является процесс роста показателя чистой прибыли от продаж в 2014-м году в сравнении с 2013-м годом на 2 656 162 тысяч тенге или на 44,9%, что может говорить об эффективной политике реализации товара и маркетинговой деятельности предприятия.

Как отрицательный момент отметим рост себестоимости. Показатель себестоимости в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» также возрос в 2014-м году на 478 701 тысяч тенге или на 11,8%.

Однако отметим, что показатель темпа роста выручки больше, чем показатель темпа роста себестоимости, что может свидетельствовать о

рациональном и эффективном использовании финансового и трудового потенциала компании.

Проведя оценку КСО компании, пришли к выводу, что политика корпоративной социальной ответственности в ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» довольно гибкая, но имеет ряд недостатков. Так, среди принципов КСО исследуемой компании слабо развито направление «Социальная поддержка персонала». В этой сфере компания осуществляет мероприятия по обеспечению безопасности персонала, при найме на работу отдает предпочтение казахстанским кадрам, осуществляет профессиональную подготовку привлеченного к работам по Контракту персонала, а также обучение, повышение квалификации и переподготовку работников, являющихся гражданами Республики Казахстан, задействованных при исполнении контракта. В политике КСО компании отсутствуют такие принципы в области управления персоналом, как поддержка развития безопасной, здоровой и продуктивной рабочей атмосферы; поддержка стремления сотрудников реализовывать в работе весь потенциал; поощрения эффективной деятельности каждого работника; стремление к эффективному диалогу с персоналом и т.д. Таким образом, политика КСО компании «ЮБИЛЕЙНОЕ» требует совершенствования в данном направлении.

$K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» равен 1,43, это говорит о том, что уровень корпоративной социальной ответственности анализируемого предприятия находится в пределах нормы, но тем не менее данный показатель не высокий, что говорит о том, что необходимо повышать уровень КСО компании.

В связи с выявленными недостатками в КСО компании, в качестве рекомендаций по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем совершенствование социального пакета персонала.

Социальный пакет ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» предлагаем разделить на три

части: обязательную, компенсационную, и, самую интересную – мотивационную. Для самой компании социальный пакет станет одним из критериев солидности, стабильности и успешности, а также показателем уровня корпоративной культуры и развития корпоративной социальной ответственности. Таким образом, выполнение вышеуказанных мероприятий по совершенствованию корпоративной социальной ответственности ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» будет способствовать интенсивному развитию КСО на предприятии, росту удовлетворенности персонала трудом и повышению производительности труда персонала, а, следовательно, и росту выручки на предприятии.

Общая экономическая эффективность предложенных мероприятий составила 2974179 тыс. тенге. $K_{КСО}$ – коэффициент уровня КСО ТОО «Юбилейное» после внедрения рекомендаций повысился с 1,43, по 1,48, это говорит о повышении уровня корпоративной социальной ответственности анализируемого предприятия. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что предложенные мероприятия являются эффективными, так как в результате их внедрения произойдет увеличение выручки ТОО «ЮБИЛЕЙНОЕ» на 32%.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Государственный стандарт Республики Казахстан «Социальная ответственность. Требования social accountability international (MOD) СТ РК 1352-2005 (SA 8000:2001, MOD) // <http://online.zakon.kz>, 2018.
2. СТ РК ИСО 26000-2011 Руководство по социальной ответственности (ISO 26000-2010 «Guidance on Social Responsibility», IDT) // <http://online.zakon.kz>, 2018.
3. Международный стандарт ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» // Консультант-Плюс, 2018.
4. Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия. – М.: Спутник, 2013. – 95 с.
5. Алексеева И.В., Осипова Р.Г. Корпоративная социальная отчетность в условиях устойчивого развития экономики // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 41 (383). – С. 32–41.
6. Анпилогова О.С., Савватеев Е.В. История развития корпоративной социальной ответственности // В сборнике: Образование в XXI веке: путь к новым кризисам? Материалы международной научно-практической конференции. - 2014. - С. 3-8.
7. Божук С.Г. Корпоративная социальная ответственность / С. Г. Божук, В.В. Кулибанова, Т.Р. Тэор. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. – 268 с.
8. Галимова М.С., Хайруллина Э.И. Корпоративная социальная ответственность промышленных компаний // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 8. – С. 967–980.

9. Горфинкель В.Я. Корпоративная социальная ответственность / В.Я. Горфинкель, Н.В. Родионова; отв. ред. В.Я. Горфинкель, Н.В. Родионова. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 570 с.
10. Гриднева О.В. История развития и понятие корпоративной социальной ответственности // Пробелы в российском законодательстве. - 2017. - № 2. - С. 234-236.
11. Гудзим Д.С. Экономика благодарности и социальная ответственность // В сборнике: Бизнес, общество и молодежь: идеи преобразований. Материалы VI Всероссийской студенческой научной конференции. Ответственный редактор: Кузнецова И.В. - 2017. - С.24-25.
12. Джумакулиева А.Э. Корпоративная социальная ответственность // Молодой ученый. – 2016. – № 18 (122). – С. 242–243.
13. Ершова Н.А. Влияние социально-ответственной организационной культуры на эффективность управленческих решений // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. - 2016. - № 2 (6). - С. 130–132.
14. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. - Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. - 360 с.
15. Зоринова А.К., Сорокина Е.В. Реализация корпоративной социальной ответственности в рамках устойчивого развития организации // Economics. - 2017. - № 11 (32). - С. 11-14.
16. Калюгина С.Н. Социальная стратегия организации: теория, методология, практика: монография. - М.: DirectMedia, 2014. - 194 с.
17. Королев С.А., Захарова С.Б. Корпоративная-социальная ответственность бизнеса // Экономика и предпринимательство. - 2018. - № 6 (95). - С. 692-697.
18. Коротков Э.М., Александрова О.А., Антонов С.А. Корпоративная социальная ответственность / под ред. Э.М. Короткова. - М.: Изд-во Юрайт, 2014.

- 445 с.

19. Коротун А.В. Государственное регулирование корпоративной социальной ответственности: история, тенденции развития // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. - 2015. - № 1. - С. 19-23.

20. Корпоративная социальная ответственность / В.В. Бондаренко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 313 с.

21. Корпоративное управление: вопросы практики и оценки компаний / О.В. Бандалюк, И.В. Березинец, А.В. Бухвалов, Д.Л. Волков, Т.А. Гаранина, Ю.Б. Ильина. – М.: АСТ, 2015. – 242 с.

22. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность. – М.: АСТ, 2013. – 195 с.

23. Крылов А.Н. Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие. – М.: Берлин: Вест-Ост-Ферлаг, 2016. – 452 с.

24. Кузнецова Н.В., Маслова Е.В. Модели корпоративной социальной ответственности // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2013. - № 4 (24). - С.22-36.

25. Миролюбова О.В., Сайченко О.А., Счисляева Е.Р. Мировые тенденции эволюции концепций корпоративной социальной ответственности // Аудит и финансовый анализ. - 2016. - № 3. - С. 367-370.

26. Основы корпоративного управления / А.Г. Дементьева. – М.: Астрель, 2013. – 194 с.

27. Попов В.Д. Корпоративная социальная ответственность: онтология понятия // В сборнике: Медико-социальные и психологические аспекты безопасности промышленных агломераций материалы Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 119-125.

28. Сорокина Е.А. Корпоративная социальная ответственность предпринимательских структур // Социально-экономические явления и

процессы. – 2015. – № 7. – Т. 10. – С. 112–118.

29. Строева О.А., Мироненко Н.В., Иванов Х.М. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – № 1. – Т. 11. – С. 120–131.

30. Сулимова Е.А. История формирования законодательной базы в области корпоративной социальной ответственности // Инновации и инвестиции. - 2015. - № 9. - С. 256-257.

31. Тавер Е.И. Стандарты и социальная ответственность бизнеса // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. - 2013. - № 5. - С. 12-13.

32. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. - М.: Юрайт, 2015. - 338 с.

33. Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании // Российское предпринимательство. - 2013. - № 23. - С. 30-37.

34. Управление социальным развитием организации / Н.Л. Захаров, А.Л. Кузнецов. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 243 с.

35. Фадеева Е. Проблематика и тенденции развития КСО / Е. Фадеева // Пресс-служба. - 2013. - № 3. - С. 38-40.

36. Шевченко И.Л. Социальная ответственность в практике корпоративного управления // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 1. – С. 113–120.

37. Шикман А.П. Деятели отечественной истории: Биографический справочник. – М.: АСТ, 2017. - 447 с.

38. Шинкаренко О.Н. Корпоративная социальная ответственность // Кадры предприятия. - 2013. - № 7. - С. 43-56.

39. Зильберштейн О.Б., Семенюк Д.Д., Шкляр Т.Л., Юрковский А.В. Корпоративная социальная ответственность как бизнес-проект: теоретический

аспект // Интернет-журнал «Науковедение». - 2016. - Том 8. - №3. - [Электронный ресурс] - URL: [http:// naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf](http://naukovedenie.ru/PDF/29EVN316.pdf).

40. European Commission Green Paper on Corporate Social Responsibility. - [Electronic resource]. – Available: http://www.corporatejustice.org/IMG/pdf/greenpaper_en.pdf

ПРИЛОЖЕНИЕ

I. Квалификация.

1. Должность.
2. Стаж работы в организации.
3. Общий стаж работы по этой специальности.

II. Оценка труда.

4. Существующая система вознаграждения за успешный труд Вас:

- устраивает;
- устраивает отчасти;
- не устраивает.

5. Существующая система взысканий Вас:

- устраивает;
- устраивает отчасти;
- не устраивает.

6. Руководство оценивает Ваш труд:

- справедливо;
- не знаю;
- несправедливо.

7. Результаты Вашего труда коллеги:

- ценят;
- равнодушны;
- не ценят.

III. Условия труда.

8. Ваше рабочее место:

- Вас устраивает;
- устраивает отчасти;
- не устраивает.

9. Ваш труд:

- тяжел;
- обычен;
- легок.

10. Находясь на рабочем месте, Вы обычно испытываете ощущение:

- физиологического дискомфорта;
- не обращаете внимания на свои ощущения;
- удобства (комфорта).

11. К проблемам на работе Вы обычно относитесь:

- спокойно;
- с некоторым чувством беспокойства;
- с чувством нервного перенапряжения.

IV. Удовлетворенность трудом.

12. Ваша профессия Вас:

- устраивает;
- устраивает отчасти;
- не устраивает.

13. Основные задачи и функции Вашей работы в целом:

- интересны;
- обычны;
- скучны.

V. Отношение к организации.

14. Какие чувства вызывает ваша организация:

- чувство гордости за родное предприятие;
- чувство привычки;
- не испытываю никаких чувств;
- чувство боли и разочарования;
- чувство раздражения.

15. Ваше мнение относительно высшего руководства организации:

- отличное;

- нормальное;
- необходимо заменить.

16. Как Вы относитесь к своему трудовому коллективу:

• меня окружают хорошие люди, с которыми у меня сложились товарищеские отношения, и мне было бы очень тяжело покинуть свой коллектив;

- я привык работать с этими людьми;
- люди везде одинаковые, мне все равно, с кем работать;
- мне не нравится мой коллектив.