

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента и маркетинга

**КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
ОРГАНИЗАЦИИ**

(НА ПРИМЕРЕ ПАО «СУРГУТНЕФТЕГАЗ»)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 5 курса 571 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

экономического факультета

Байрамбаевой Маргариты Олеговны

Научный руководитель

к.э.н.; доцент

Кочерягина Н.В.

Зав. кафедрой

подпись, дата

к.э.н.; доцент

Дорофеева Л.И.

подпись, дата

Саратов - 2020

Введение. Актуальность темы исследования: «корпоративная социальная ответственность» определяется, прежде всего, четко проявляющейся в современных условиях тенденцией социализации бизнеса, которая предполагает его активную включенность в решение социальных задач развития общества, и практической значимостью реализуемых на предприятиях корпоративных социальных программ, являющихся ключевой формой реализации корпоративной социальной ответственности. Возрастает роль и значение бизнеса в решении насущных задач социальной поддержки многочисленных слоев населения, уровень и качество жизни которых являются низкими и не могут быть названы достойными в соответствии с современными социальными стандартами.

Предметом выпускной квалификационной работы являются отношения управления, складывающиеся в процессе формирования корпоративной социальной ответственности ПАО «Сургутнефтегаз».

Объектом выпускной квалификационной работы является корпоративная социальная ответственность ПАО «Сургутнефтегаз».

Основной целью работы является исследование особенностей корпоративной социальной ответственности и разработка комплекса рекомендаций по эффективному формированию корпоративной социальной ответственности в ПАО «Сургутнефтегаз».

Задачами исследования являются:

- исследовать понятие корпоративной социальной ответственности организации;
- описать модели корпоративной социальной ответственности организации;
- рассмотреть методы оценки корпоративной социальной ответственности организаций;
- привести общую характеристику ПАО «Сургутнефтегаз»;

- проанализировать программы корпоративной социальной ответственности в ПАО «Сургутнефтегаз»;
- оценить программу корпоративной социальной ответственности ПАО «Сургутнефтегаз»;
- рекомендовать внедрение оценки уровня корпоративной социальной ответственности в ПАО «Сургутнефтегаз»;
- сформировать оценку бренда работодателя ПАО «Сургутнефтегаз»;
- оценить экономический результат внедрения оценки уровня корпоративной социальной ответственности в ПАО «Сургутнефтегаз».

Работа структурирована в соответствии с установленной целью и содержит три главы. В первой главе рассмотрены теоретические аспекты корпоративной социальной ответственности организации, во второй проведен анализ корпоративной социальной ответственности ПАО «Сургутнефтегаз», третья глава заключается в предложении направления совершенствования корпоративной социальной ответственности ПАО «Сургутнефтегаз» и определении экономической эффективности их внедрения.

Объем работы 76 страниц. Работа содержит 12 рисунков, 5 таблиц, 2 приложения. Список литературы включает 48 источников.

Зарождение принципов корпоративной ответственности относится к началу XIX века. Вклад в развитие корпоративной социальной ответственности так же внес А.Кэррол. Согласно позиции А. Керолла, корпоративная социальная ответственность является многоуровневой.

Экономическая ответственность определяется базовой функцией компании как производителя товаров и услуг, удовлетворяющей людские потребности и извлекающей прибыль.

Правовая ответственность подразумевает соблюдение законов предпринимателями в условиях рыночной экономики, соответствие их

деятельности ожиданиям общества, зафиксированным в нормативно-правовых актах.

Этическая ответственность требует от предпринимателя соответствия ожиданиям, основанным на моральных принципах и не являющихся правовыми нормами.

Филантропическая ответственность побуждает бизнес к поддержке и развитию благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ.

В 50-х годах прошлого столетия появился первый основательный труд на темы социальной ответственности. В книге «Социальная ответственность бизнесмена» Хоуард Р. Боуэн¹ рассмотрел, как концепция социальной ответственности может быть распространена на бизнес, а осознание более широких социальных целей при принятии деловых решений может приносить социальные и экономические выгоды обществу.

В наиболее полном смысле КСО понимается как соблюдение баланса интересов акционеров, работников и их семей, потребителей и услуг, партнеров по бизнесу, местных сообществ и окружения, построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами.

Существует несколько моделей корпоративной социальной ответственности, сложившихся в мире. В США и Великобритании КСО рассматривается как моральная обязанность собственников и руководства корпорации. Государство практически исключено из сферы корпоративной социальной ответственности. Считается, что американская модель корпоративной социальной ответственности наиболее богата своими традициями.

Модели корпоративной социальной ответственности в США и Европе совсем недавно были определены как открытые и скрытые формы корпоративной социальной ответственности.

¹ Катрич С.В., Катрич Ю.С. Правовые основы менеджмента в России. Технология использования законодательства в деловом администрировании.- М.: Дело 2007.

Открытая форма корпоративной социальной ответственности обозначает линию поведения корпорации, которая приводит корпорацию к принятию на себя ответственности за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество.

Скрытая форма корпоративной социальной ответственности обозначает официальные и неофициальные институты страны, через которые ответственность корпораций за общественные интересы согласована с корпорациями или предписана им.

Во многих европейских странах сформирована четко организованная система государственного регулирования КСО, предусмотрена экономическая, юридическая и этическая ответственность компаний. На законодательном уровне закреплено обязательное медицинское страхование, пенсионное регулирование, природоохранная деятельность предприятий.

Каждая из этих моделей не лучше и не хуже других - она может быть адекватной или неадекватной состоянию общества, в котором действует бизнес.

Чаще всего при оценке уровня социальной ответственности бизнеса применяют разделение показателей на три группы:

1. экономические показатели;
2. экологические показатели;
3. социальные показатели.

Помимо методик оценивающих количественные и качественные показатели так же существуют методики, принимающие во внимание взаимоотношения со стейкхолдерами (группами заинтересованных лиц). Одной из таких методик является оценка корпоративной социальной ответственности рейтингового агентства «Репутация».

В ходе рейтингового обследования уровня социальной ответственности организации подлежит оценке та информация, которая характеризует протекающие процессы в организации, напрямую связанные с

формированием, а также реализацией на практике политики социальной ответственности. При составлении рейтинговых оценок в учет принимаются не отдельные разовые мероприятия, которые демонстрирующие социальную ответственность организации, а комплексное воздействие организации как целостной системы на окружающую среду и общество.

Развитию корпоративной социальной ответственности способствует активное внедрение корпоративной отчетности, включающей достоверные и полные сведения о социальной деятельности корпорации.

Существует около 20 стандартов нефинансовой отчетности. Наиболее распространенными являются «Глобальная инициатива по отчетности» (GRI — Global Reporting Initiative), AA1000 (Ответственность — AccountAbility 1000), SA 8000 и др.

Проведенный автором анализ корпоративной социальной ответственности ПАО «Сургутнефтегаз» показал, это одна из крупнейших российских вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), играющая важную роль в топливно-энергетическом комплексе страны.

Основные виды деятельности — добыча нефти и газа. Наряду с этим компания успешно занимается сопутствующими видами деятельности: Переработка нефти и газа, сбыт выпускаемой продукции.

Основная территория деятельности — Российская Федерация. Основная ресурсная база Компании исторически расположена на территории Ханты-Мансийском автономном округе.

Компания «Сургутнефтегаз» проводит социально ориентированную политику путем внедрения высоких стандартов промышленной безопасности и охраны труда; поддержание статуса привлекательного и ответственного работодателя, создание условий для развития персонала; содействие гармоничному социально-экономическому развитию регионов присутствия, поддержание статуса надежного партнера и поставщика

высококачественной продукции; обеспечение дополнительных социальных льгот и гарантий работникам, членам их семей, пенсионерам.

В анализе видно, что обеспеченность персоналом ПАО «Сургутнефтегаз» показывает уменьшения по сравнению с планом по всем годам. Текучесть кадров в структурах, расположенных на территории Тюменской области имеет место. Это наносит ощутимый вред производительности труда в организации, тем более негативно сказывается на эффективности деятельности в связи с расширением территории присутствия и разработки новых месторождений в Тюменской области.

Ежегодно ПАО «Сургутнефтегаз» реализует комплекс социальных программ и мероприятий по оздоровлению работников, членов их семей и пенсионеров Компании.

Анализ действующей программы корпоративной социальной ответственности в ПАО «Сургутнефтегаз» показал, что ежегодно ПАО «Сургутнефтегаз» реализует комплекс программ и мероприятий по оздоровлению работников, членов их семей и пенсионеров Компании, улучшению условий труда, быта и отдыха сотрудников, социальноэкономическому развитию регионов присутствия, поддержке пенсионеров и ветеранов, развитию спорта, оказанию благотворительной и спонсорской помощи. Предоставление социальных льгот и гарантий сотрудникам, членам их семей и пенсионерам Компании регулируется действующими коллективными договорами предприятий ПАО «Сургутнефтегаз». Высокий уровень социальной ответственности Компания ежегодно подтверждает наградами регионального и федерального уровней.

Интегральный рейтинг ПАО «Сургутнефтегаз» в сравнении крупнейшими компаниями, работающими на российском рынке, рассчитывался на основе 8 критериев двух категорий: деятельность компании в сфере КСО (4 критерия по 3-балльной шкале, оценки проставлялись экспертами «ЭкоПромСистемы»).

По оценке независимых экспертов рейтингового агентства «Эксперт РА» ПАО «Сургутнефтегаз» занимает 9 место в рейтинге Корпоративной социальной ответственности крупнейших компаний, осуществляющих деятельность на Российском рынке.

Деловую репутацию компании можно отнести к нематериальным активам, В российской практике общепринятые количественные критерии не распространены. Оценка репутации дается на уровне ощущений и субъективных мнений. В соответствии с этим можно порекомендовать ПАО «Сургутнефтегаз» для оценки уровня корпоративной социальной ответственности индексы социальной ответственности, которые с 2004 г. используется Ассоциацией менеджеров. Для оценки необходимо использовать несколько видов количественных и качественных индексов социальных инвестиций.

ПАО «Сургутнефтегаз» необходимо для проведения оценки КСО: официальный интернет сайт компании; годовой отчет; ежеквартальную отчетность (для акционерных обществ); годовой социальный отчет; новостные ленты информационных агентств и регулирующих органов; годовую финансовую отчетность компании; внутреннюю документацию компании (положения, устав, кодексы корпоративного поведения, этики и т. п.); данные различных рейтинговых агентств.

Такая самооценка и самоаттестация компании поможет в дальнейшем предпринять усилия для повышения уровня корпоративной социальной ответственности.

Бренд работодателя представляет собой совокупность качеств организации, которые ассоциируются у целевой аудитории с ее однозначно положительным имиджем и уникальным набором материальных и нематериальных преимуществ, выделяющих данную компанию на рынке труда.

Для более качественного формирования бренда работодателя ПАО «Сургутнефтегаз» можно собирать информацию у потенциальных работников – студентов старших курсов и выпускников. Оценку бренда работодателя ПАО «Сургутнефтегаз» может осуществлять по двум направлениям: уровень развития корпоративной культуры и политика в отношении собственных сотрудников.

Действительные предложения потенциальным сотрудникам от ПАО «Сургутнефтегаз» должны быть конкурентоспособными на рынке труда Тюменской области. Интересно преподнесенный контент станет не только заманчивым путешествием для потенциальных партнеров, но и позволит потенциальным сотрудникам ознакомиться с рабочими местами, спецификой деятельности и оборудования; – разработать креативные направления деятельности и наполнения объявлений компании. Проведение мероприятия по формированию позитивного HR-бренда ПАО «Сургутнефтегаз».

Таким образом, проведение указанных выше мероприятий по мнению автора позволит снизить текучесть кадров, а также снизить затраты на дополнительное обучение недостаточно квалифицированных кадров в сумме, тем самым повысив показатели прибыли компании и высвобождения средств для более рационального развития ПАО «Сургутнефтегаз».

В данном случае эффективность внедрения предложений также будет оцениваться посредством указанных ранее в авторской методике ключевых показателей качества HR-бренда ПАО «Сургутнефтегаз», а именно: 1) суммарный размер затрат на привлечение одного сотрудника; 2) срок экспозиции вакантного места на рынке труда; 3) количество потенциальных сотрудников на одно вакантное место.

Заключение. Социальная ответственность организаций (Corporate Social Responsibility – CSR) - это производство продукции и оказание услуг надлежащего качества, удовлетворение интересов потребителей, соблюдение прав персонала на труд, выполнение требований по безопасности и гигиене

труда, промышленной безопасности и охране окружающей среды, ресурсосбережению, участие в социальных мероприятиях и поддержка инициатив местного сообщества, добросовестное ведение бизнеса.

Исследование корпоративной социальной ответственности ПАО "Сургутнефтегаз" выявило, что это одна из крупнейших нефтяных компаний в топливно-энергетическом комплексе России, осуществляющая свою деятельность в статусе вертикально интегрированной Группы. Основная территория деятельности Компании - Российская Федерация, преимущественно Ханты-Мансийский автономный округ.

Начиная с 2005 года ежегодно «Сургутнефтегаз» осуществляет подготовку отчетности в области устойчивого развития и социальной ответственности в рамках подготовки интегрированного годового отчета Компании. Компания придерживается Стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000, Международного стандарта ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» и Социальной хартии российского бизнеса.

Недостатком КСО ПАО «Сургутнефтегаз» является отсутствие оценки ее эффективности с помощью количественных и качественных показателей, выделение каких либо критериев оценки.

Эффективность деятельности органов управления КСО на предприятии можно оценить по следующим направлениям: нормативное обеспечение процесса управления социальной ответственностью, структура управления КСО, наличие и уровень программ обучения в области социальной ответственности, количество и типы реализуемых социальных программ, процедура доведения до сведения заинтересованных сторон результатов реализации социальных программ компании.

Формирование бренда работодателя ПАО «Сургутнефтегаз» следует осуществлять по следующим характеристикам: экономические

идентификаторы, психологические идентификаторы, функциональные идентификаторы, организационные идентификаторы

ПАО «Сургутнефтегаз» можно собирать информацию у потенциальных работников – студентов старших курсов и выпускников. Знания о их требованиях позволят ПАО «Сургутнефтегаз» оценить свою конкурентоспособность на рынке труда молодых специалистов.

Эффективность внедрения предложений также будет оцениваться посредством указанных ранее в авторской методике ключевых показателей качества HR-бренда ПАО «Сургутнефтегаз», а именно: 1) суммарный размер затрат на привлечение одного сотрудника; 2) срок экспозиции вакантного места на рынке труда; 3) количество потенциальных сотрудников на одно вакантное место.