

**DOI: 10.12731/2070-7568-2021-10-4-81-91****УДК 658.1:334.7**

## **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА**

*Абулханова Г.А.*

*В статье рассматриваются современные тенденции формирования корпоративной социальной ответственности предприятий бизнеса, причины недостаточной активности организаций в сфере социальной ответственности.*

*Определяется влияние социальной политики компании на формирование трудовой мотивации и лояльности работников компании, позитивного имиджа компании, как для персонала, так и для окружающей среды. Социальная ответственность актуальна для всех типов и размеров организаций, но наибольшее развитие она получила в крупных государственных и частных бизнес-сообществах.*

*Российские компании активно включились в этот процесс, и количество таких компаний увеличивается год от года, к ним постепенно подключается малый и средний бизнес. И в нынешний кризис компании находятся в условиях, когда благотворительные проекты, по сути, являются «делом чести» для компании. Актуальность проблемы обусловлена современными требованиями к компании, предъявляемыми обществом и властью к ведению социально ответственного бизнеса. В свою очередь, такой подход к ведению бизнеса обеспечивает устойчивое развитие компаний, ведет к созданию благоприятного инвестиционного и репутационного имиджа.*

**Ключевые слова:** *управление; корпоративная социальная ответственность; бизнес; стейкхолдеры; социальная политика; благотворительный проект; имидж; корпоративное волонтерство*

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A MODERN WAY OF DOING BUSINESS

*Abulkhanova G.A.*

*This article discusses current trends in the formation of corporate social responsibility of business enterprises, the reasons for the lack of activity of organizations in the field of social responsibility.*

*The article also defines the influence of company's social policy on the formation of labor motivation and loyalty of company's employees, positive image of the company, both for personnel and for the environment. Social responsibility is relevant to all types and sizes of organizations, but it has developed the most in large public and private business communities.*

*Russian companies have actively joined this process and the number of such companies is increasing year by year; small and medium businesses are gradually joining them. And in the current crisis companies are in conditions when charitable projects are, in fact, a "matter of honor" for the company. In turn, this approach to doing business ensures the sustainable development of companies and leads to the creation of a favorable investment and reputational image.*

**Keywords:** *management; corporate social responsibility; business; stakeholders; social policy; charity project; image; corporate volunteering*

### **Введение**

Корпоративная социальная ответственность уже давно привлекает внимание ученых, исследователей, НПО и правительства и стала одним из важнейших аспектов корпоративной деятельности. Усиление глобализации бизнеса, повышение стратегической значимости отношений с заинтересованными сторонами и акцент внимания на управление корпоративным имиджем являются тремя ключевыми факторами и основными движущими силами повышения важности социальной ответственности бизнеса перед обществом.

Несмотря на то, что большое количество российских компаний заявили о своей приверженности принципам КСО, на практике существует немало таких, которые ведут себя безответственно по отношению к своим сотрудникам. Наиболее очевидным свидетельством такого поведения является задержка оплаты труда. В российском случае минимальная социальная ответственность по отношению к работникам предполагает соблюдение норм Трудового кодекса. Помимо выполнения установленных законом требований государственного регулирования к работодателям, предприятия могут брать на себя дополнительные социальные обязательства [3]. Положительные и отрицательные результаты активной корпоративной социальной политики компании представлены в таблице 1.

Таблица 1.

**Выгоды и издержки активной корпоративной социальной политики для компаний\***

Выгоды, получаемые компанией при реализации активной корпоративной социальной политики	Издержки, которые несет компания при активной корпоративной социальной политике
1. Направление доходов компаний на социальные нужды, что повышает лояльность и эффективность персонала. 2. Улучшение жизни местного общества, являющегося основным поставщиком рабочей силы для компаний. 3. Формирование и развитие благоприятного имиджа предприятия для долгосрочной перспективы. 4. Привлекательный инвестиционный и репутационный имидж компании.	1. Сокращение средств, необходимых организации для стратегического развития. 2. Затраты, связанные с освоением нового вида деятельности (корпоративное волонтерство), не связанного с коммерческой деятельностью. 3. Затраты, связанные с обучением персонала. 4. Включение социальных затрат в цену продукции и , как следствие, ее удорожание.

\*Составлено автором

Одной из областей применения социальной ответственности является трудовая практика, связанная с работой, выполняемой внутри организации или от ее имени. Такая практика включает вопросы найма и продвижения по службе сотрудников (в должности), дисциплинарные меры, перевод работников в другие места, прекращения занятости, подготовки и переподготовки кадров, охраны здоровья, безопасности окру-

жающей среды, а также любых политических или практических действий, связанных с условиями труда работников и организации в целом.

### **Материалы и методы**

Целью статьи является анализ современных тенденций формирования социальной ответственности бизнеса как перед внешней, так и внутренней средой организации, а также определение причин недостаточной активности организаций в сфере социальной ответственности. В ходе исследования были использованы труды российских и зарубежных ученых, научные статьи по исследуемой проблематике. Законы, указы Президента, распоряжения Правительства Российской Федерации, нормативные документы субъектов Российской Федерации, нормативная база зарубежных стран послужили теоретической основой исследования. Методологической основой послужил системный подход, обеспечивший комплексность, системность и целенаправленность исследования.

### **Результаты и обсуждение**

В своей работе автор представил набор измерений корпоративной социальной ответственности и их характеристики (таблица 2):

*Таблица 2.*

**Набор измерений корпоративной социальной ответственности\***

<b>Определение</b>	<b>Характеристика</b>
Экология	Природная среда / окружающая среда
Общество	Социальные отношения между подразделением и обществом
Экономика	Финансовые аспекты и социально-экономические последствия
Бенефициары	Заинтересованные стороны или группы заинтересованных сторон.
Волонтерство	Действия/поведение, выходящие за рамки закона и требований бизнес-среды

\*Составлено автором

Приведем результаты исследования корпоративной социальной ответственности бизнеса, которое проводилось на базе компании ООО «Газпром трансгаз Казань», дочерней компании газотранспорт-

ной компании ПАО «Газпром», предприятия топливно-энергетического комплекса Республики Татарстан. Корпоративная социальная политика ООО «Газпром трансгаз Казань» полностью интегрирована в КСО ПАО «Газпром». В компании корпоративная социальная политика разделена на два направления: внешнюю и внутреннюю. Внешняя социальная политика направлена на поддержку спорта, благотворительность, именные стипендии, поддержку малоимущих и незащищенных слоев населения. Рассмотрим основные направления внешней социальной политики. На постоянной основе оказывается благотворительная помощь детским домам, военным училищам, учреждениям социального обеспечения, а также творческой интеллигенции и общественным организациям.

Не остается без внимания и внутренняя социальная политика компании: это вопросы материнства и детства – выплаты многодетным семьям, компенсация за содержание детей в дошкольных учреждениях.

Таблица 3.

**Поддержка материнства и детства ООО «Газпром трансгаз Казань»  
за период 2018–2020 гг. (млн.руб) [8]**

<b>Направления поддержки</b>	<b>2018 г.</b>	<b>2019 г.</b>	<b>2020 г.</b>
Материальная помощь при рождении ребенка	40,324	45,345	48,278
Ежемесячные пособия по уходу за ребенком до 3-х	115,576	116,005	118,123
Компенсации расходов работников за содержание детей в дошкольных учреждениях	71,067	73,564	75,079
<b>Итого</b>	<b>226,967</b>	<b>234,914</b>	<b>241,48</b>

Итоги социальной политики компании за 2019–2020 гг. представлены в таблице 4.

Таблица 4.

**Социальные льготы и компенсации ООО «Газпром трансгаз Казань»  
за 2018–2020 гг. (млн.руб)**

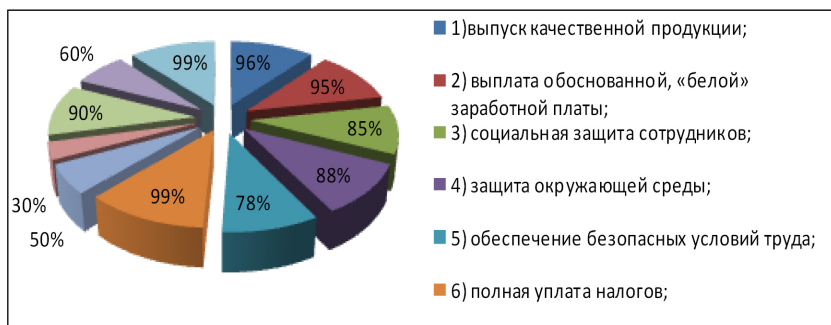
<b>Направления поддержки</b>	<b>2018 г.</b>	<b>2019 г.</b>	<b>2020 г.</b>
1. Выплаты работникам	415.8	438.7	443,73
2. Выплаты и льготы неработающим пенсионерам	160.8	163.5	178,63
3. Единовременные выплаты при выходе на пенсию	170.6	199,5	198,9
<b>Итого:</b>	<b>747.2</b>	<b>801,7</b>	<b>821,26</b>

Ситуация с коронавирусной инфекцией вызвала подъем добровольческого движения в Татарстане. Как и многие жители Республики – работники «Газпром трансгаз Казань» приняли активное участие в благотворительной акции в помощь медработников, борющихся с COVID-19.

Средства, собранные добровольно руководством Общества, были переданы в благотворительный фонд «Радость детям» и «Альпари», а также доставлены в Казанскую инфекционную больницу и детскую городскую больницу №1.

В рамках анализа эффективности социальной деятельности компании нами были проведены исследования мнения сотрудников компании при помощи анкетирования. В исследовании приняли участие 30 сотрудников аппарата управления (65% женщин и 35% мужчин). В ходе опроса был задан вопрос: «Как Вы считаете, какие из нижеперечисленных характеристик социальной ответственности бизнеса выполняется руководством вашей компании?». Полученные результаты проведённого анкетирования представлены на рис. 1.

Таким образом, следует сделать следующие выводы: компания не достаточно уделяет внимания внешней благотворительности, учитывая имеющиеся финансовые возможности компании. Также следует отметить недостаточное участие сотрудников компании во внешней социальной деятельности, элементы волонтерства были продемонстрированы лишь в период эпидемии марта-июня 2020 г.



**Рис. 1.** Результаты анкетирования сотрудников ООО «Газпром трансгаз Казань» о социальной ответственности компании

На основании проведенного исследования автор предлагает следующие рекомендации:

1. Формирование и развитие чувства вовлеченности сотрудников (таблица 5).

Таблица 5.

**Мероприятия внутренней социальной ответственности  
ООО «Газпром трансгаз Казань» на 2022 год\***

Мероприятие	Сроки проведения	Расходы, руб.
Организация и проведение мероприятий, посвященных празднованию международных и национальных праздников	в теч.года	2994000,00
Участие в корпоративных мероприятиях, в т.ч. фестивале «Факел»	в теч.года	2087000,00
Мероприятия, направленные на поддержку спорта и здорового образа жизни	в теч.года	3637600,00
Международные программы для детей работников ДО и зарубежных компаний-партнеров ПАО «Газпром»	в теч.года	450000,00
Организация и проведение мероприятий, посвященных празднованию юбилейных дат Общества: -Юбилей 65 лет Аппарату управления, ЭПУ «Казань-горгаз»	в теч.года	14000000
День работников газовой промышленности	август	97000
Совет Молодых ученых (конференция)	декабрь	250000
Аренда спорткомплексов для проведения спортивных мероприятий	в теч.года	1000000
Экскурсионные услуги для работников компании	в теч.года	500000
<b>Итого</b>		<b>25015600</b>

\*Составлено автором

2. Построение и реализация программы корпоративного волонтерства ООО «Газпром трансгаз Казань» на 2022 г. (таблица 6).

Как следует из таблицы, для повышения вовлеченности сотрудников компании ООО «Газпром трансгаз Казань», необходимы мероприятия, которые позволят внести больший вклад в решении социальных проблем компании и общества в целом.

В настоящем исследовании автор предпринял попытку определить влияние корпоративной социальной политики компании на

формирование ее позитивного имиджа посредством развития трудовой мотивации и формирования чувства лояльности работников компании, используя механизм корпоративного волонтерства.

Таблица 6.

**Предложения по вовлечению сотрудников ООО «Газпром трансгаз Казань» на 2022 год в программы корпоративного волонтерства\***

<b>Направление программы</b>	<b>Пример программы</b>	<b>Форма поддержки</b>
Вовлечение сотрудников в волонтерское движение	Экологическое движение; оказание помощи социально незащищенным слоям общества: пенсионерам, инвалидам, сиротам, малообеспеченным и т.д.	Личное участие сотрудников
Программа поддержки корпоративного волонтерства	Все сотрудники в рамках своих структурных подразделений могут предложить свою акцию по оказанию помощи и получить финансовую поддержку от компании. Выделение грантов на реализацию проекта осуществляется на конкурсной основе.	Социальные проекты компании
Разовые акции	Организация горячего питания и пожертвования жертвам наводнений, ураганов и других стихийных бедствий	Личное участие сотрудников
Услуги pro bono	Бесплатное предоставление профессиональных услуг бухгалтера, юриста, IT-специалиста и др.	Личное участие сотрудников

\*Составлено автором

### **Заключение**

Подводя итоги исследования, следует отметить, что значение социальной ответственности для спасения и развития бизнеса не понижается, а, наоборот, становится более значимой. Основная цель этих мероприятий – повысить уровень доверия к компаниям со стороны государства, клиентов, контрагентов и инвесторов, без чего невозможен новый экономический рост компаний.

Положительными результатами проводимой корпоративной социальной политики ООО «Газпром трансгаз Казань» явились:

1. Формирование и поддержание положительного публичного имиджа социально ответственной компании у власти, местного общества и сотрудников компании.



2. В компании созданы структуры ответственные за разработку и реализацию корпоративной социальной политики: Отдел по корпоративной защите и управлению персоналом и Объединенная профсоюзная организация «Газпром трансгаз Казань профсоюз».

3. Компания на протяжении последних лет тратит значительные средства на внутреннюю социальную политику, поддерживая спорт, материнство и детство, пенсионеров компании, на молодежную политику, социальные льготы и компенсации, проведение корпоративных мероприятий.

Таким образом, компании, внедряющие политику корпоративной социальной ответственности в свою стратегию развития, получают для себя следующие преимущества: репутация и инвестиционный имидж компании улучшаются на местном, государственном и международном уровнях; возможность получения налоговых льгот; снижение затрат за счет использования энергосберегающих и экологически чистых технологий; повышение лояльности и эффективности сотрудников организации; сокращение текучести кадров; повышение конкурентоспособности и эффективности компании.

### *Список литературы*

1. Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия. М.: Издательский дом «Альфа-Пресс», 2014. 96 с.
2. Воронкова О.Ю., Мельник М.В., Никиточкина Ю.В., Чуйкова Н.М., Давидянц А.А., Титова С.В. Корпоративная социальная ответственность бизнеса как фактор регионального развития // Вопросы предпринимательства и устойчивого развития. 2020. № 7(3). С. 2170-2180.
3. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 г. N 1611-ст).
4. Abulhanova G.A., Chumarina G.R., Nikiforova E.G., & Sharifullina T.A. Economic forecasting and personnel management of small and medium

- enterprises // *Academy of Strategic Management Journal*. 2016. № 15. P. 67-75.
5. Adnan S.M., Hay D., & van Staden C.J. The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis // *Journal of Cleaner Production*. 2018. № 198. P. 820-832.
  6. Thomas E. A. How Useful Is the Global Reporting Initiative (GRI) Reporting Framework to Identify the Non-financial Value of Corporate Social Performance (CSP)? // *Responsible Business in Uncertain Times and for a Sustainable Future*. 2019. P. 37-87.

### *References*

1. Averin A.N. *Sotsial'naya politika i sotsial'naya otvetstvennost' predpriyatiya* [Social policy and social responsibility of the enterprise]. Moscow: Alfa-Press Publishing House, 2014, 96 p.
2. Voronkova O.Y., Melnik M.V., Nikitochkina Y.V., Chuikova N.M., Davidiyants A.A., Titova S.V. Corporate social responsibility of business as a factor in regional development. *Voprosy predprinimatel'stva i sostoyaniy razvitiya*, 2020, vol. 7, no. 3, pp. 2170-2180.
3. National Standard of the Russian Federation GOST R ISO 26000-2012 "Guidance on Social Responsibility" (approved by the Order of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology from November 29, 2012 N 1611-st).
4. Abulhanova G.A., Chumarina G.R., Nikiforova E.G., Sharifullina T.A. Economic forecasting and personnel management of small and medium enterprises. *Academy of Strategic Management Journal*, 2016, vol. 15, pp. 67-75.
5. Adnan S.M., Hay D., & van Staden C.J. The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis. *Journal of Cleaner Production*, 2018, vol. 198, pp. 820-832.
6. Thomas E.A. How Useful Is the Global Reporting Initiative (GRI) Reporting Framework to Identify the Non-financial Value of Corporate Social Performance (CSP)? *Responsible Business in Uncertain Times and for a Sustainable Future*, 2019, pp. 37-87.

### **ДАнные ОБ АВТОРЕ**

**Абулханова Гузелия Азатовна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления,  
*Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова*  
*ул. Московская, 42, г. Казань, 420111, Российская Федерация*  
*2517999@mail.ru*

### **DATA ABOUT THE AUTHOR**

**Guzeliya A. Abulkhanova**, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management  
*Kazan State Innovative University named after V.G. Timiryasov*  
*42, Moskovskaya Str., Kazan, 420111, Russian Federation*  
*SPIN-code: 6362-0802*  
*ORCID: 0000-0003-2837-3733*  
*ResearcherID: S-3181-2016*  
*Scopus Author ID: 1575542915343*

Поступила 20.11.2021

После рецензирования 26.11.2021

Принята 10.12.2021

Received 20.11.2021

Revised 26.11.2021

Accepted 10.12.2021