

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 26.01.2016
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«МАЙКОПСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет управления

Кафедра менеджмента и региональной экономики

САВИЦКАЯ ИННА МИХАЙЛОВНА

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность»
для подготовки магистров по направлению
38.04.02 Менеджмент

Майкоп, 2016

УДК
ББК
С

Печатается по решению научно-технического совета специальности

Рецензент: доктор экономических наук, профессор Задорожная Л.И.

Составитель: кандидат экономических наук, Савицкая И.М.

С

Методические рекомендации по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность» для подготовки магистров и студентов/Сост. Савицкая И.М. – Майкоп: ИП Магарин О.Г., 2017. -2017.-39с.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Методические рекомендации по организации практических занятий магистров | 4 |
| 1.1 Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности | 4 |
| 1.2 Тема 2. Построение системы корпоративной социальной ответственности: потребность, необходимость и возможности | 9 |
| 1.3 Тема 3. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности | 10 |
| 1.4 Тема 4. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности | 20 |
| 1.5 Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации | 25 |
| 1.6 Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации | 27 |
| 1.7 Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности | 27 |
| 2. Задания для контроля | 28 |
| 3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины | 38 |

1. Методические рекомендации по организации практических занятий магистров

Каждое практическое занятие по соответствующей тематике теоретического курса состоит из вопросов для подготовки и обсуждения, а также упражнений и/или ситуационных заданий.

Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.
2. Формирование комплексной модели корпоративной социальной ответственности.
3. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности.
4. Понимание и реализация корпоративной социальной ответственности.
5. Концепции стейкхолдеров и корпоративного гражданства.

б) Ситуационные задания

«Всеобъемлемо охваченные»

На путь социальной ответственности бизнес завели глобальные компании. Им показалось, что легче раздуть социальные пакеты своих сотрудников и бюджеты на благотворительность, чем объяснять людям причуды глобальной экономики, где использование детского труда на азиатской фабрике Nike может даже почудиться иной раз и благом (ведь в результате жители западных мегаполисов получают свои винтажные сникерсы, а китайские подростки — возможность хоть как-то прокормить себя, заработав полтинник). Теперь редко какая глобальная компания не вооружена арсеналом программ, проектов, концепций, принципов и миссий, доказывающих, что она не просто зарабатывает деньги для акционеров (такая пошлость не может двигать компанией в современном мире), а смех и радость приносит людям. Социальная ответственность по-русски отличается плохим пониманием сути вопроса, но большим рвением. «Сегодня в российском бизнес-сообществе не сложилось единого понимания корпоративной социальной ответственности,— признает вице-президент Газпромбанка Алла Турецкая.— Но интерес к теме растет день ото дня». Еще бы не рос. Президент неоднократно заявлял, что бизнес должен быть

социально ответственным. «Ценность человека и бизнесмена не в том, какое богатство он скопил, а что он сделал для народа, руками которого он достиг таких результатов»,— заявлял, например, Президент. После этого редкий человек захочет признаваться, что не очень разбирается в понятии «социальная ответственность». Вот основатель компании «Магнит» Сергей Галицкий не понимает, какая у бизнеса может быть социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов. А президент «Евроцемент групп» Михаил Скороход понимает очень хорошо. В «Евроцемент групп» концепцию социальной ответственности бизнеса разделяют целиком и полностью. В то время как Сергей Галицкий цинично зарабатывает деньги и растит капитализацию компании, в «Евроцементе» считают, что получение прибыли не может быть единственной целью социально ответственной компании, о чем глава компании и рассказал на Национальном форуме корпоративной социальной ответственности, который прошел в Москве в декабре. По словам Михаила Скорохода, и государство, и экологические организации, и персонал должны чувствовать себя «всеобъемлемо охваченными» социальными программами компании, чтобы она могла «находиться в динамике». И динамичный «Евроцемент» охватывает всеобъемлемо как только может. Каждого четвертого сотрудника отправляет с семьей «оздоравливаться» на море, ну или в местные санатории. Наладил бесплатное питание, для чего провел «коренную модернизацию столовых и душевых». Строит жилье для персонала. Конечно же, помогает госучреждениям — школам, детским садам, домам культуры. «Потому что нам очень важно, чтобы духовная жизнь наших работников продолжалась»,— пояснил Михаил Скороход. Директор проектного бюро «Деловая культура» Наталья Хонякова не первый год занимается темой социальной ответственности и досконально изучила социальные доклады крупнейших российских компаний, в итоге собрав целую подборку удивительных выражений про продолжение духовной жизни. Они, по ее словам, просто иллюстрируют сложность освоения российскими компаниями корпоративных концепций, правильность которых на Западе ни у кого не вызывает сомнений. «Перловка», тем не менее, хранится у нее в отдельном файле. «И он бесконечен,— сокрушается Наталья Хонякова. — Правильные вещи люди иногда говорят так, что хочется над ними посмеяться».

«Разводиловка идет»

Годовой отчет «Сахалин энерджи» сообщает, что компания рассматривает сохранение биологического разнообразия форм жизни на острове Сахалин как одну из своих основных и важнейших задач. Помимо сохранения белоплечих орланов и серых китов охотскокорейской популяции

компания пытается сохранять и такую форму жизни, как население острова Сахалин, для чего занимается «удовлетворением» ее потребностей. На удовлетворение потребностей ушло \$400 млн., вложенных инвесторами в инфраструктуру острова, и \$100 млн., направленных компанией в Фонд развития Сахалина. Но население все равно не удовлетворено — маловато. «К нам приходил главный наблюдатель, американец, я думала, вдруг поможет,— говорит хозяйка трикотажного ателье на Сахалине «Чародейка-2000» Елена Ким, по доброй народной привычке называющая всех иностранцев американцами.— Но никому ничего не надо. Мол, надо же какая убогость — нехай работает. Это все для галочки: программу провели — отчитались». Но ведь «Чародейка-2000» получила 70 тыс. руб. от «Сахалин энерджи» в виде гранта на организацию дефиле? «Ну и что, какие-то семьдесят тысяч,— удивляется Елена Ким.— Знаете, какой адский труд — новая коллекция?» «Сахалин энерджи», как свидетельствует годовой отчет

компании, взяла на себя уникальные обязательства по содействию и развитию коренных народов Сахалина. Представители нивхов, эвенков, уильта и нанайцев за пять лет получают от компании \$1,5 млн. на поддержание традиционного экономического уклада и развитие культуры. Но и у нивхов, эвенков, уильта и нанайцев тоже удовлетворенности не наблюдается. «На наших землях незаконно качают миллиарды»,— рубит правду-матку герой всех телерепортажей про сахалинские малые народы нивх Владислав Соловьев. Почему незаконно-то? «А они в Думах как хотят, так и воруют. Разводиловка идет все время. Это они по бумагам такие красивые. Ты за них,

что ли?» — с недоверием спрашивает Соловьев. Сам Владислав, который «против них», при этом заседает в совете, распределяющем деньги сырьевиков между представителями малых народов. «Деловая культура» в декабре опубликовала первый национальный рейтинг корпоративной ответственности. Лидерами стали «Газпром» (теперь 248 владеющий и «Сахалин энерджи»), ЛУКОЙЛ, «Норильский никель», РАО «ЕЭС России», РЖД, «Русал». Но это лидерство пока весьма условное — при составлении рейтинга никто не проверял реальный эффект их деятельности. По мнению Натальи Хоняковой, учитывалась управленческая способность компаний быть социально ответственными. Корпорации только в начале пути, которым им нельзя не идти, добавляет Алла Турецкая. «Вы либо дружите с окружающей средой, либо нет, и тогда просто быстро уйдете с рынка»,— поясняет вице-президент Газпромбанка. Правда, игры в хорошие социальные

отчеты редко защищают большие корпорации от политических решений. Наличие раздела про «устойчивое развитие» и отчета про экологические стандарты не оберегло Shell на Сахалине — власти все же

нашли проблемы с экологией и заставили продать контрольный пакет компании «Сахалин энерджи» «Газпрому». А вот вреда от такой «социальной ответственности» хоть отбавляй, особенно в России, только-только свыкшейся с наличием в стране богатых людей. Количество неудовлетворенных нахлебников растет в прогрессии.

«Просят, просят, просят»

«Подчас население адресует бизнесу несбывшиеся надежды на государство, не понимая при этом, что просто власть в полном объеме не выполняет свои обязательства перед обществом,— замечает Александр Мурычев, первый исполнительный вице-президент РСПП. — С другой стороны, представители властных структур социальные проблемы пытаются переложить на бизнес». О масштабах явления не принято говорить, но с его проявлениями каждый богатый человек сталкивается ежедневно как в своем бизнесе, так и в личной жизни. «Нам часто письма присылают, денег просят,— говорит председатель совета директоров банка «Тинькофф». Кредитные системы» Олег Тиньков.— Но у моего отца восемь братьев и сестер, и у матери две сестры. У них дети, а у детей уже свои дети родились. Там так уже все разрослось! И мне все звонят, пишут: дай, дай, дай. Тиньковых ведь — пол моего родного Ленинск-Кузнецкого. Звонит родственник, говорит: я Гена Тиньков, сын того-то и внук того-то, дай денег... Подожди, говорю, у тебя же другая фамилия. А он: ну я же все равно Тиньков. Смешно, конечно, получается. Вот моя благотворительность — семью Тиньковых содержать». Письма пишут и Александру Кабанову. Пишут ветераны, инвалиды, сироты и многодетные семьи. Просят подарить фотоаппараты, стиральные машины, видеомagniтофоны. По случаю Нового года, Дня защитника отечества, 8 Марта. «И просят, просят, просят. Батюшка, например, просит денег, чтобы организовать детский приют,— вздыхает Кабанов.— Нет у тебя денег — не организовывай. Но батюшке это не объяснишь. А таких батюшек обращается каждый год несколько десятков». Чтобы хоть кому-то помочь, основателю «Мира» приходится подключать свою службу безопасности, чтобы проверять просителей. Стараются помогать тому, кто и вправду нуждается, но масштабной «социальной ответственности» у Александра Кабанова не получается — разойтись не позволяют невысокая рентабельность на розничном рынке и отсутствие льгот при налогообложении благотворительных денег. «У нас есть сотрудники, они болеют, у них родственники умирают. Вот мы им помогаем»,— говорит Кабанов. Разгорающийся пиар вокруг «социальной ответственности» крупнейших (в основном сырьевых) компаний боком будет выходить коммерсантам средней руки вроде Тинькова или Кабанова,

поскольку вооружит туманными и потому сложно опровержимыми терминами разного рода нахлебников — как среди властей, так и среди обывателей. «Нас надо оставить в покое,— вздыхает Сергей Галицкий.— Хорошие мы люди? Да такие же, как весь народ. Но мы создаем прибавочный продукт. Чиновниками в этой стране может быть кто угодно, а коммерсантами — единицы. Поэтому нами надо гордиться. Показывать как пример. Чтобы выпестовать поколение людей, которые могут что-то сделать. Никто, по-моему, этим не озабочен».

«Найти изюминку»

В теории социальной ответственности есть, конечно, рациональное зерно, иначе она не завоевывала бы сейчас мир. Только вот к попыткам оправдать бизнес и откупиться от общества оно отношения не имеет. Заботиться о сотрудниках, соблюдать экологические стандарты, инвестировать в инфраструктуру и развивать социальный маркетинг нужно ровно настолько, насколько это отвечает эгоистическим интересам бизнеса по извлечению прибыли — только тогда подобная деятельность не развратит ни сам бизнес, ни общество. Смывающий «грехи» офтальмолог Игорь Медведев относится к своему ресторану не как к благотворительности, а как к коммерческому проекту. И как раз благодаря этому после посещения ресторана люди оставляют незрячим официантам стодолларовые чаевые. Они платят не за социальную ответственность, а за услугу — пребывание в полной темноте, новые ощущения и возможность сопереживать. «Ресторан прибыльный со второго месяца»,— уверяет Игорь Медведев. Анита Роддик создала экологический и этический бренд The Body Shop, наглядно показав, что социальная ответственность бизнеса, прежде всего, зависит от социальной ответственности потребителей его продукции. Если люди одобряют деятельность компании, они просто покупают ее товары, если не одобряют — покупают у конкурентов. Вот тут и наступает момент истины: готово ли общество за свои убеждения не попросить расстаться с рублем других, а вытащить его из своего кармана — или наоборот, не купить и поступиться привычным образом жизни. Так происходит социально ответственное голосование рублем и долларом, а не социально безответственное шантажирование делового мира. Нивх Владислав Соловьев клеймит незаконную добычу нефти компанией Shell, но при передвижении по Сахалину все-таки предпочитает автобус оленю.

Вопросы для анализа:

1. Согласны ли Вы с точкой зрения, что корпоративная социальная ответственность есть вымогание денег у бизнеса? Аргументируйте.

2. Как Вы думаете, действительно ли благотворительность «развращает» благополучателей, формируя потребительское отношение?
3. Должна ли быть у бизнеса социальная ответственность, кроме соблюдения законов и уплаты налогов? Да/нет, почему?
4. Как Вы понимаете, в чем принципиальная разница между благотворительностью и корпоративной социальной ответственностью?

Тема 2. Построение системы корпоративной социальной ответственности: потребность, необходимость и возможности

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.
2. Появление и проявление необходимости корпоративной социальной ответственности.
3. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества.
4. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики.
5. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности.
6. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности.
7. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности.

б) Ситуационное задание

Кейс: «Социально ответственная компания»

Компания «Техностройметалл» производит агрегаты для производственных цехов металлургических компаний с 1989 года. Сергей

Михайлов и его брат Игорь изобрели агрегат, который снижал отходы от производства примерно в 2 раза, и решили организовать компанию. С того момента бизнес братьев постепенно рос и развивался. Однако Сергей говорит: «Хотя мы весьма преуспеваем в экономическом плане, больше всего мы гордимся своими этическими ценностями. По сути, главное, что мы стараемся делать, — это продавать свои идеи». Речь идет об идеях, основанных на неизменном стремлении компании к социальной ответственности бизнеса. В технологическом процессе компании практически отсутствуют производственные отходы. Например, оставшийся лом идет либо в переплавку, либо как основа для строительства зданий, либо

отдается «художникам», создающим произведения искусства из металлических деталей. Кроме того, Сергей делает упор на то, что используемое в производстве сырье должно быть экологически рациональным. Так, в компании используют только отечественное экологическое сырье и принципиально высоко держат контроль над вопросами экологии и безопасности производства. Кроме экологической составляющей бизнеса, в компании большое значение придается участию работников в управлении фирмой и в её жизни вообще (в особенности, что касается политики в области персонала). Работники получают премии (до 40% от основной зарплаты) за посещение различных корпоративных мероприятий (образовательных, спортивных, благотворительных). Компания также активно относится к проблеме найма многообразного персонала. Например, на производстве работают люди практически всех возрастных групп и различных национальностей. Благодаря своему подходу, основанному на социальной ответственности, компания была неоднократно отмечена различными наградами, однако это скорее мешало Сергею развивать свой бизнес, поскольку в его планах намечен выход на новые рынки и, с этой точки зрения, не разумно держать такой уровень социальной ответственности, так как это лишь увеличивает расходы.

Вопросы для анализа:

1. Стоит ли ради долгосрочной перспективы снизить уровень социальной ответственности и больше сосредоточиться на прибыли?
2. Говоря о социальной ответственности, как Вы думаете, компенсируют ли предприятия свой отрицательный вклад в экономику, экологию, социум или же скорее создают видимость?
3. На ваш взгляд, имеет ли бизнес обязанности перед обществом? В чем они состоят?

Тема 3. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности.
2. Основные черты и особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
3. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
4. Анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.

5. Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
6. Становление внутренней корпоративной социальной ответственности.
7. Современные особенности ответственности российского бизнеса.
8. Подходы и принципы составления социального пакета.
9. Организация и тенденции развития внутренней социальной ответственности.

б) Упражнение

Определите, какие виды внутренней корпоративной социальной ответственности реализует на практике ОАО «ЛУКОЙЛ», согласно представленному социальному кодексу.

СОЦИАЛЬНЫЙ КОДЕКС ОАО «ЛУКОЙЛ»

Открытое акционерное общество «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» является ответственным корпоративным членом общества и добросовестным участником рыночного хозяйства. Сочетая две эти миссии, ОАО «ЛУКОЙЛ» (далее — Компания) добровольно и в инициативном порядке принимает на себя нижеследующие обязательства по социально ответственному поведению перед всеми сторонами, интересы которых затрагивает деятельность Компании. Реализация настоящих обязательств (сроки введения, объемы финансирования и т. д.) осуществляется в ходе коллективных переговоров с профобъединением Компании и закрепляется в Соглашении между Компанией и профобъединением, а также в локальных нормативных актах.

Принципы и нормы, заложенные в настоящем Социальном кодексе, обязательны для Компании, ее дочерних обществ и контролируемых ею некоммерческих организаций (далее — Группа «ЛУКОЙЛ»). Принимая Социальный кодекс, Компания подтверждает, что настоящие обязательства:

— являются преимущественно дополнительными по отношению к законодательству Российской Федерации и международным стандартам;

— не отменяют и не подменяют собой результаты коллективных переговоров с работниками;

— обращены как к работникам, неработающим пенсионерам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», акционерам Компании, так и, в более широком плане, к коммерческим партнерам, государству и гражданскому обществу;

— основаны на экономическом расчете, подтверждаемом перед лицом акционеров и партнеров по бизнесу;

— рассчитаны на солидарные инициативные действия участников рынка и партнерское взаимодействие с государством и обществом;

— будут периодически пересматриваться в ходе коллективных переговоров по заключению Соглашения между Компанией и профобъединением, с последующим утверждением необходимых изменений на заседании Совета директоров Компании.

Компания примет все меры к тому, чтобы выполнить свои обязательства, содержащиеся в настоящем Социальном кодексе, независимо от складывающейся экономической ситуации в стране и в мире.

Часть I. КОРПОРАТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ РАБОТНИКАМ И НЕРАБОТАЮЩИМ ПЕНСИОНЕРАМ ОРГАНИЗАЦИЙ ГРУППЫ «ЛУКОЙЛ»

Соблюдая основополагающие принципы и права в сфере труда, другие международные трудовые нормы, трудовое законодательство Российской Федерации и стран пребывания, Компания ставит перед собой более высокие социальные ориентиры в следующих областях:

1.1. Социально ответственное регулирование вопросов труда, занятости и производственных отношений

1.1.1. Социально ответственное реструктурирование

Учитывая масштабы занятости населения в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» и монопроизводственный характер многих районов их деятельности, Компания обязуется подходить социально ответственно к реструктурированию своих подразделений и контролируемых организаций, а также к делокализации производства.

При массовом высвобождении работников, помимо соблюдения законодательно установленных норм, Компания будет стремиться:

— принимать все меры по максимально возможному трудоустройству высвобождаемых работников в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

— совместно с федеральными и региональными органами государственной власти принимать меры по смягчению последствий делокализации производства для регионального рынка труда, включая заблаговременное информирование о планах организаций Группы «ЛУКОЙЛ» по сокращению рабочих мест, финансированию переподготовки работников, созданию новых рабочих мест;

— принимать участие в осуществлении программ переселения работников и их семей в другие регионы в случае закрытия производства в монопроизводственных поселениях, в том числе применяя механизмы корпоративного ипотечного кредитования приобретения жилья.

1.1.2. Политика оплаты и мотивации труда

Учитывая основополагающий характер политики оплаты и мотивации труда в отношениях с работниками, Компания будет строить ее на следующих принципах:

- единство политики оплаты и мотивации труда для всех организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

- установление минимально гарантированного уровня оплаты труда в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» для всех профессионально-квалификационных групп работников на уровне, превышающем законодательно установленный минимальный размер оплаты труда, из расчета необходимости удовлетворения основных жизненных потребностей и предоставления определенного располагаемого дохода;

- «прозрачность», объективность и конкурентоспособность системы оплаты и мотивации труда работников;

- регулярная индексация заработной платы на основе индекса потребительских цен;

- периодическое повышение заработной платы в связи с ростом производительности труда;

- использование гибких систем премирования с целью наиболее полного учета индивидуального трудового вклада работника.

1.1.3. Промышленная безопасность, охрана труда и окружающей среды

Учитывая стратегическую цель Компании поддерживать промышленную безопасность, охрану труда и окружающей среды во всех подразделениях и контролируемых организациях на уровне передовых нефтяных компаний мира, Компания предпринимает следующие меры:

- соблюдает принцип приоритета сохранения жизни и здоровья работника по отношению к результатам производственной деятельности;

- обеспечивает выполнение обязательств, изложенных в корпоративной Политике в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды в XXI веке;

- создает и поддерживает локальную нормативно-правовую базу, организационную структуру и механизмы финансирования системы управления промышленной безопасности, экологии и охраны труда на основе постоянно совершенствуемых норм и стандартов;

- создает благоприятные возможности для осуществления общественного контроля;

- постоянно выявляет и исследует источники опасности и вреда для здоровья и жизни людей, связанные с производством организаций Группы

«ЛУКОЙЛ», и предпринимает меры по их устранению либо смягчению их действия;

- использует передовые технологии и методы управления для снижения объемов образования отходов, минимизации неблагоприятных воздействий на окружающую среду и сохранения природных ресурсов;

- постоянно совершенствует орудия производства, основываясь на мировом опыте разработки и внедрения безопасных технологий и оборудования;

- соблюдает приоритет превентивных мер по охране окружающей среды на всех стадиях производственного цикла;

- своевременно информирует все заинтересованные стороны о случаях загрязнения, разливов нефти и нефтепродуктов;

- принимает меры к последовательному сокращению количества выбросов, сбросов загрязняющих веществ и отходов, снижению их токсичности независимо от динамики объемов производства за счет использования современных природоохранных технологий, оборудования, материалов и методов управления;

- контролирует соблюдение подрядчиками, ведущими работы для организаций Группы «ЛУКОЙЛ», принципов и норм в области промышленной безопасности, охраны труда и окружающей среды, не ниже предусмотренных в Компании;

- поддерживает открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами, включая критически настроенную общественность, и регулярно публично информирует о результатах природоохранной деятельности Компании.

Компания последовательно стремится к тому, чтобы обеспечить:

- безопасную и эргономичную организацию всех рабочих мест в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

- функциональной и качественной специальной одеждой и обувью всех работников, занятых в производстве;

- чистой питьевой водой работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» на всех рабочих местах и в вахтовых поселках;

- необходимые санитарно-гигиенические и бытовые условия на рабочих местах;

- возможность получения качественного горячего питания работниками на всех объектах Группы «ЛУКОЙЛ».

1.1.4. Социальная политика в отношении молодых работников

Учитывая, что потенциал устойчивого развития организаций Группы «ЛУКОЙЛ» зависит от притока квалифицированных и компетентных

молодых работников, Компания постоянно проводит политику, направленную на:

- создание рабочих мест для молодых работников;
- сочетание трудовых обязанностей молодых работников с возможностью продолжения образования, повышения квалификации и профессионального развития;
- содействие в обеспечении жильем молодых работников и их семей;
- развитие программ материальной помощи при переезде и обустройстве молодого работника и его семьи на новом месте работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ».

1.2. Качество условий труда и жизни работников и их семей

Признавая ответственность за создание достойных условий труда и жизни работников и членов их семей, Компания предпринимает инициативные действия, прежде всего, в следующих сферах:

1.2.1. Охрана здоровья

В целях сохранения и укрепления физического и психологического здоровья каждого работника Компания проводит следующую работу:

- обеспечивает финансирование мероприятий, направленных на охрану здоровья работников;
- обеспечивает разработку и внедрение корпоративных норм по организации медицинской помощи на производстве работникам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», руководствуясь российским законодательством и международными стандартами в области охраны здоровья;
- организует учет и анализ заболеваемости работников, причины выхода на инвалидность и смертности в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;
- обеспечивает мониторинг условий труда и здоровья работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» для оценки профессиональных рисков ущерба здоровью;
- по результатам периодических медицинских осмотров и анализа заболеваемости разрабатывает долгосрочные и ежегодные программы по профилактике общей заболеваемости и оздоровлению работников, включая профилактическую вакцинацию и санаторно-курортное лечение;
- организует регулярные профилактические осмотры работников;
- выделяет целевые средства для обеспечения санаторно-курортного лечения работников;
- осуществляет контроль за целевой и специализированной защитой прав беременных женщин, кормящих матерей, многодетных матерей, а также женщин репродуктивного возраста, работающих в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» во вредных и опасных условиях.

1.2.2. Оздоровление, спорт, физкультура и организация отдыха

Содействуя развитию и поддержанию здорового образа жизни, Компания:

- разрабатывает и реализует комплексные программы по оздоровлению и вовлечению в занятия физкультурой и спортом работников и членов их семей, проживающих в сложных климатических условиях;
- проводит физкультурно-оздоровительную работу и развивает массовые виды спорта среди работников и членов их семей, обеспечивая им доступ к спортивной инфраструктуре, организуя тренировки и соревнования;
- создает возможность работникам приобретать удешевленные за счет средств организаций Группы «ЛУКОЙЛ» путевки на санаторно-курортное лечение для себя и членов семьи;
- содействует в организации летнего отдыха детей работников, осуществляя частичную компенсацию стоимости путевок и/или проезда;
- организует досуг работников и их семей на корпоративном уровне;
- проводит систематическую пропаганду здорового образа жизни и профилактических медицинских мероприятий среди работников с использованием корпоративных средств массовой информации.

1.2.3. Жилищная политика

Учитывая остроту проблемы с обеспечением жильем и экономическую неэффективность ее решения полностью за счет средств работодателя, Компания будет строить жилищную политику, основываясь на следующих принципах:

- обеспечение кадровой мобильности работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- обеспечение комфортных условий проживания работников в общежитиях и вахтовых поселках;
- обеспечение и доступность жилищного кредитования для каждого работника организации Группы «ЛУКОЙЛ»;
- организация системы корпоративного долгосрочного ипотечного жилищного кредитования на принципах самодостаточности, без отвлечения финансовых средств из производственного оборота организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- защита интересов работника в рамках корпоративной системы ипотеки от негативных макроэкономических факторов;
- обеспечение возвратности выданных ипотечных кредитов под гарантии индивидуальных накоплений работника в корпоративных системах страхования;

— использование возможностей ипотечного кредитования в программах переселения из районов Крайнего Севера и неперспективных регионов неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ» и членов их семей, при условии юридического обеспечения возвратности выданных ипотечных кредитов.

1.3. Гармоничное сочетание трудовых и семейных обязанностей

Признавая значение для жизни человека гармонизации трудовых и семейных обязанностей и следуя в своей практике нормам Конвенции Международной Организации Труда № 156 (работники с семейными обязанностями), Компания принимает на себя следующие дополнительные обязательства:

1.3.1. Дополнительные дни отдыха и отпуска

Дополнительно к нормам трудового законодательства Компания предоставляет:

— ежемесячно дополнительный оплачиваемый день отдыха работницам организаций Группы «ЛУКОЙЛ», расположенных вне регионов Крайнего Севера и приравненных к нему местностей;

— дополнительный оплачиваемый отпуск многодетным матерям;

— кратковременные отпуска, как оплачиваемые, так и без сохранения заработной платы, в связи с семейными обстоятельствами.

1.3.2. Социальная поддержка семей с детьми и инвалидами

Учитывая тот факт, что заработная плата не зависит от количества иждивенцев в семье, Компания предоставляет работникам следующие денежные выплаты и компенсации:

— единовременное пособие при рождении (усыновлении) ребенка;

— ежемесячное пособие работнику (матери или отцу), находящемуся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста 3 лет;

— ежегодную материальную помощь работникам, имеющим детей-инвалидов до 18 лет;

— компенсацию малообеспеченным семьям, имеющим трех и более несовершеннолетних детей, а также для детей работников, погибших или потерявших трудоспособность на производстве, стоимости содержания детей в дошкольных учреждениях и в оздоровительных лагерях;

— частичную компенсацию стоимости путевок в санатории и детские оздоровительные центры детям-инвалидам и детям-сиротам работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ».

1.4. Корпоративное социальное обеспечение и страхование

Соблюдая обязательства по участию в государственных системах социального страхования и обеспечения всех работников обязательной

социальной защитой, Компания поддерживает и развивает дополнительное корпоративное социальное страхование и социальное обеспечение в следующих формах:

1.4.1. Добровольное медицинское страхование

Корпоративное добровольное медицинское страхование имеет целью повышение доступности, объема и качества предоставляемых работникам организаций Группы «ЛУКОЙЛ» медицинской помощи, услуг и строится на следующих принципах:

- следование положениям принятого Корпоративного стандарта охраны здоровья;
- финансирование программы добровольного медицинского страхования;
- обеспечение постоянного вневедомственного контроля качества медицинской помощи в целях защиты интересов и прав работников в медицинском учреждении.

1.4.2. Негосударственное пенсионное обеспечение

Долгосрочной целью негосударственного пенсионного обеспечения работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» в рамках корпоративной пенсионной системы является повышение уровня возмещения утраченного заработка. Компания считает, что экономически эффективный путь достижения этой цели должен быть основан на реализации следующих принципов:

- сохранение и развитие единой системы негосударственного пенсионного обеспечения работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ» за счет средств работодателя;
- создание условий для развития долевого участия работника в формировании собственных пенсионных накоплений;
- осуществление постепенного перехода от действующей единой системы негосударственного пенсионного обеспечения с установленными выплатами к системе с установленными взносами, означающей увязку размера пенсии с суммой взносов, внесенных на условиях долевого участия;
- гарантирование сохранности и приумножения пенсионных накоплений;
- допустимость использования пенсионных накоплений ранее наступления пенсионных оснований исключительно для целей гарантирования возвратности заемных средств в рамках корпоративного ипотечного кредитования.

1.4.3. Корпоративная система личного страхования

Личное страхование работников развивается Компанией на корпоративном уровне с целью расширения доступа работников к услугам страхования и повышения уровня защищенности их семей в случае несчастий. Компания развивает и поддерживает, по меньшей мере, следующие виды личного страхования на корпоративном уровне:

- дополнительное личное страхование от несчастных случаев на производстве;
- страхование от критических заболеваний;
- страхование жизни на случай смерти по любой причине.

Все виды личного страхования в рамках корпоративной системы могут производиться при долевом участии работника в их финансировании, за исключением дополнительного страхования от несчастных случаев на производстве, финансирование которого осуществляется за счет средств работодателя. Компания предоставляет работникам также безвозмездные информационные и консультационные услуги для расширения их страхового покрытия и защиты их интересов на рынке страховых услуг.

1.5. Социальная поддержка инвалидов и неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ»

Учитывая социально уязвимое положение лиц, получающих государственную пенсию, и относительно невысокий уровень пенсионных выплат на начальном этапе развития корпоративной пенсионной системы, Компания проводит политику, направленную на социальную поддержку неработающих пенсионеров организаций Группы «ЛУКОЙЛ»:

1.5.1. Социальная поддержка неработающих пенсионеров

С целью содействия сохранению уровня жизни работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», выходящих на пенсию в сложный переходный период, Компания берет на себя обязательства:

- выплачивать единовременное пособие выходящему на пенсию работнику;
- предоставлять регулярную материальную помощь неработающим пенсионерам, не получающим негосударственную пенсию от организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;
- сохранять права участия неработающих пенсионеров в корпоративной системе добровольного медицинского страхования.

1.5.2. Социальная поддержка пострадавших от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний

Стремясь к социальной и трудовой реабилитации работников, получивших инвалидность вследствие несчастного случая на производстве

или профессионального заболевания в ходе работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ», Компания в инициативном порядке обеспечивает им:

— полную компенсацию расходов на специальный медицинский уход и ежегодное санаторно-курортное лечение;

— материальную и организационную поддержку протезирования за рубежом при отсутствии возможности для этого в стране пребывания работника.

1.5.3. Социальная поддержка неработающих инвалидов

Компания берет на себя следующие дополнительные обязательства по социальной поддержке инвалидов, получивших инвалидность во время работы в организациях Группы «ЛУКОЙЛ» и оставивших трудовую деятельность:

— сохранение права участия в корпоративной системе добровольного медицинского страхования;

— предоставление путевок на санаторно-курортное лечение с частичной компенсацией их стоимости.

Тема 4. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Внешняя среда ответственности менеджмента и бизнеса.
2. Гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса.
3. Поддержка развития науки и образования.
4. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.
5. Необходимость формирования здорового образа жизни.
6. Регулирование стрессовых ситуаций в организации.
7. Роль культуры в развитии экономики и общества.
8. Государственное управление социокультурной сферой.
9. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).
10. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры.
11. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
12. Структура и содержание стандарта социальной ответственности.

13. Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности.

14. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.

б) Упражнение

Определите, какие виды внешней корпоративной социальной ответственности реализует на практике ОАО «ЛУКОЙЛ», согласно представленному социальному кодексу.

СОЦИАЛЬНЫЙ КОДЕКС ОАО «ЛУКОЙЛ»

Часть II. СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ КОМПАНИИ В ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

Осознавая новую социальную ответственность бизнеса в условиях растущего неравенства населения в доступе к достойному труду и благам, Компания принимает добровольные обязательства по социально ответственному участию как в жизни местного населения в регионах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ», так и общества в целом.

2.1. Развитие монопроизводственных населенных пунктов

Принимая во внимание тот факт, что крупнейшие организации нефтедобывающего сектора Группы «ЛУКОЙЛ» являются градообразующими в районах своей деятельности, Компания строит свою деятельность на следующих принципах:

- взаимовыгодное сотрудничество с региональными органами государственной власти и муниципальными органами власти на благо социально-экономического развития территории;

- развитие компенсационной деятельности нефтедобывающих организаций Группы «ЛУКОЙЛ» как недропользователей;

- социально ответственное поведение как перед лицом работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», так и местного населения в целом.

Развивая производственные мощности в таких районах и создавая качественные условия труда и жизни для своих работников, Компания готова принимать долевое участие в ремонте, реконструкции объектов социально-бытового и культурного назначения для нужд населения районов.

2.2. Природоохранная деятельность

Компания, являясь крупным недропользователем, осознает свою ответственность перед обществом по сохранению благоприятной окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов, а

также рассчитывает на понимание обществом сложности и масштабности задач, стоящих перед Компанией в этой области, для чего:

- осуществляет периодическое информирование и поддерживает открытый диалог со всеми заинтересованными сторонами в деятельности

Компании в области промышленной и экологической безопасности, публикует отчеты о своей деятельности, о результатах оценки воздействия на окружающую среду, персонал и население;

— поощряет понимание вопросов охраны здоровья и окружающей среды среди акционеров, партнеров и населения, проживающего в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ».

2.3. Развитие науки, образования, технологии и инноваций

Осознавая, что конкурентоспособность Компании зависит от научного подхода к освоению природных ресурсов, развития научно-технической базы для разработки новых технологий и материалов, качества профессиональной подготовки работников, Компания постоянно содействует развитию научного потенциала и повышению качества образования путем:

— финансирования научно-исследовательских и опытно-промышленных работ в области разведки и освоения залежей углеводородов, разработки инновационных технологий и материалов, снижения себестоимости добычи, повышения экологической безопасности производства и во многих других областях нефтегазовой отрасли;

— оказания финансовой поддержки профильным региональным образовательным и научно-исследовательским программам и проектам;

— укрепления материально-технической базы профильных учебных заведений профессионального образования и учебных подразделений организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

— организации конкурсов научно-технических разработок среди молодых ученых и специалистов;

— оказания организационной и материальной поддержки аспирантам и докторантам, работающим в организациях Группы «ЛУКОЙЛ»;

— материального стимулирования молодежи, обучающейся в профильных учебных заведениях профессионального образования.

2.4. Сохранение национально-культурной самобытности

Высоко оценивая дополнительные возможности, которые дает Компании богатейшее национальное и культурное многообразие ее работников и населения, проживающего в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ», Компания строит свою работу с персоналом и местным населением на следующих принципах:

— сохранение и поддержание традиций национальной терпимости и благожелательности, свойственных многонациональной нефтяной отрасли;

— создание условий для сохранения национальных и культурных традиций, ценностей, искусств и ремесел в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

- уважение религиозных верований работников и местного населения и содействие в возрождении национальных религиозных святынь;

- содействие коренным народам в доступе к профессиональной подготовке, квалифицированным рабочим местам, высшему образованию, а также к лучшим условиям отдыха и оздоровления.

В этих целях Компания предпринимает, по мере возможности, следующие шаги:

- частичная компенсация стоимости летнего оздоровительного отдыха детей работников — представителей малочисленных коренных народов, включая проезд к месту отдыха и обратно;

- оплата обучения студентов-представителей малочисленных коренных народов в вузах по специальностям нефтегазового профиля;

- оказание помощи в реставрации национальных исторических памятников;

- оказание помощи в реставрации и возведении культовых сооружений различных вероисповеданий в районах деятельности организаций Группы «ЛУКОЙЛ»;

- оказание материальной и организационной поддержки коллективам народного творчества, домам детского творчества и другим организациям, развивающим народные искусства и промыслы;

- содействие в организации конкурсов, фестивалей, концертов народного творчества;

- содействие в организации торговли сувенирами, изделиями народного творчества, продуктами традиционных промыслов в крупных городах в целях материальной поддержки малого бизнеса среди коренных народов.

2.5. Поддержка культуры и спорта

Осознавая основополагающую роль меценатства и спонсорства для развития культуры и спорта в условиях рыночной экономики, Компания изыскивает возможности для оказания материальной поддержки:

- творческим личностям и коллективам, театрам, музеям;

- спортивным командам различного уровня — от дворовых до национальных сборных;

- общественным организациям, поддерживающим детский спорт.

2.6. Содействие социальным группам и общественным объединениям, нуждающимся в поддержке

Признавая необходимость формирования зрелого гражданского общества как активной и самостоятельной стороны в переговорах между

государством, бизнесом и обществом, Компания, по мере возможности, оказывает материальную и организационную поддержку:

- общественным организациям ветеранов в целях поддержки социальной группы, оказавшейся в сложном материальном положении в условиях перехода к рыночной экономике;

- общественным объединениям ветеранов и/или членов семей военнослужащих, принимавших участие или погибших в военных конфликтах либо в ходе правоохранительной деятельности;

- общественным организациям инвалидов в целях создания среды для полноценной жизнедеятельности людей с ограниченными физическими возможностями;

- общественным объединениям и их инициативам в пользу детей-сирот, детей улицы, детей-беженцев;

- общественным объединениям беженцев.

2.7. Благотворительная деятельность Компании и работников

Признавая непреходящую ценность благотворительной деятельности в любом обществе и особую нуждаемость в ней некоторых

организаций и людей в сложный переходный период, Компания использует имеющиеся возможности для оказания благотворительной помощи:

- индивидуальным лицам — беженцам, ветеранам труда, инвалидам, детям-сиротам, семьям погибших солдат и офицеров, семьям работников организаций Группы «ЛУКОЙЛ», погибших на производстве, и многим другим;

- государственным бюджетным организациям социальной направленности, оказавшимся в трудном положении — больницам, детским домам, домам престарелых, образовательным учреждениям и учреждениям науки и культуры;

- религиозным и благотворительным организациям.

Одним из приоритетных направлений своей благотворительной деятельности Компания считает заботу о детях-сиротах. Средства на благотворительность поступают как из средств организаций Группы «ЛУКОЙЛ», так и из личных средств работников.

Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Концепция и основные факторы устойчивого развития организации.
2. Сущность и принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности.
3. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.
4. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами.
5. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле.
6. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
7. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.
8. Реагирующая и стратегическая корпоративная социальная ответственность.
9. Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.
10. Разнообразие типов социальной ответственности.
11. Оценка корпоративной социальной активности.

б) Упражнение

Определите возможные риски возникновения кризиса в зависимости от уровня корпоративной социальной ответственности, согласно данным таблицы:

| Уровень КСО | Содержательные характеристики | Примеры типичных практик |
|---|---|---|
| Противоправности/ безответственности | Компании не придерживаются обычных или правовых конвенций, в целом поддерживаемых обществом | Использование труда нелегальных иммигрантов с нарушением норм безопасности, оплаты, рабочего времени и т.д. Искажение отчетности. Недобросовестная реклама. |
| Законопослушности | Компании придерживаются закона в минимально необходимой для их | Соответствие стандартам безопасности продукта. Выплата зарплаты не ниже минимальной. Утилизация |

| | | |
|------------------------------|--|--|
| | выживания степени | отходов производства. |
| Фрагментарности | Компании вовлечены в ограниченное число видов деятельности, ассоциируемых с широкой трактовкой КСО. Мотивы подобной деятельности носят смешанный характер — от ориентации на долгосрочную прибыль до удовлетворения личных амбиций собственников | Участие в программах благотворительности. Спонсорство. Поддержка местных сообществ. Создание и поддержание объектов социальной сферы для работников компании. Повышение качества, сертификация на стандарт ISO 9000. |
| Стратегический | Компании исповедуют систематический целевой подход к различным аспектам деятельности, как вносящим вклад в рост финансовых результатов. Мотивы деятельности носят стратегический характер | Управление человеческими ресурсами, направленное на отбор, сохранение и развитие компетентного персонала. Обслуживание потребителей, подразумевающее определение их потребностей и обеспечение обратной связи. Развитие всеобщего менеджмента качества, сертификация на стандарты ISO 9000, ISO 14000270 |
| Всемерной поддержки общества | Компании строят стратегию своего развития на вере в то, что бизнес должен быть «хорошим» независимо от возможного финансового результата — позитивного или негативного | Практики, присущие предыдущему уровню. Наем инвалидов и представителей меньшинств. Использование натуральных, экологических чистых материалов. Активная поддержка запрещения ядерных испытаний, защиты лесов. Прямая поддержка организаций социальных активистов «Гринпис» |

Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Источник конкурентных преимуществ.
2. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.
3. Среда проявления корпоративной социальной ответственности и взаимосвязь конкурентных преимуществ.
4. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.

Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

а) Вопросы для подготовки и обсуждения:

1. Понятие эффективности корпоративной социальной ответственности.
2. Социальный отчет организации.
3. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности.

2. Задания для контроля

1. Тесты для самоконтроля

Тема 1. Эволюция и содержание концепции корпоративной социальной ответственности

1. Реализация интересов компании обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества — это:

- 1) корпоративное развитие
- 2) устойчивое развитие
- 3) корпоративная социальная ответственность
- 4) ответственность организации перед обществом в целом

2. Силы, диктующие ответственное поведение бизнеса, которые вызваны существующим в обществе негласным договором, согласующим поведение бизнеса с целями и ценностями всего общества — это:

- 1) законы
- 2) рыночные силы
- 3) внешние источники корпоративной социальной ответственности
- 4) внутренние источники корпоративной социальной ответственности

3. Ответственность, вызванная существующей реальной властью бизнесмена — это:

- 1) корпоративное гражданство
- 2) корпоративная социальная ответственность
- 3) внешние источники корпоративной социальной ответственности
- 4) внутренние источники корпоративной социальной ответственности

4. Комплексный подход понимания корпоративной социальной ответственности, включающий экономическую, правовую, этическую и филантропическую ответственность, разработан:

- 1) Л. Престоном
- 2) Дж. Постом
- 3) А. Кероллом
- 4) Д. Вудом

5. Модель, в которой выделяют два направления участия корпорации в жизни социума — стратегический и реагирующий, разработана:

- 1) М. Портером и М. Креймером
- 2) С. Вартиком и Ф. Кохреном
- 3) Л. Престоном, Дж. Постом, А. Кероллом
- 4) Т. Левиттом и М. Фридманом

Тема 2. Потребность, необходимость, и возможности корпоративной социальной ответственности. Построение системы корпоративной социальной ответственности

1. Фактором ограничения социальной ответственности организации может выступать:

- 1) диверсификация бизнеса
- 2) подготовка трудовых ресурсов
- 3) финансирование непрофильных направлений бизнеса
- 4) обучение и повышение компетентностей персонала

2. Специфический тип отношений социальной ответственности, при котором достигается определенный баланс реализации основных интересов важнейших социальных групп общества — это:

- 1) социальное партнерство
- 2) конкуренция
- 3) корпоративное гражданство
- 4) репутация

3. Правовую основу проектов социальной ответственности организации составляют:

- 1) законы и нормативно-правовые акты
- 2) устав организации
- 3) внутренние кодексы и правила маркетинговой деятельности
- 4) социальные программы

4. Требования к построению системы корпоративной социальной ответственности, проявляющиеся в организации взаимодействия подразделений органов управления, при которой деятельность одного элемента сказывается на других элементах системы — это:

- 1) динамичность
- 2) взаимосвязь
- 3) детерминированность
- 4) обратная связь

5. Принцип построения системы корпоративной социальной ответственности, основанный на скоординированной деятельности организации по трем направлениям устойчивого развития: экономическому, социальному, экологическому — это:

- 1) принцип системности
- 2) принцип компетентности
- 3) принцип динамичности

4) принцип кооперации

Тема 3. Специфика внутренней корпоративной социальной ответственности

1. Совокупность общенаучных и специальных знаний, производственного опыта и навыков, баз знаний и данных, используемых в интеллектуальном потенциале фирмы для получения экономических и технологических результатов — это:

- 1) интеллектуальные ресурсы
- 2) корпоративные знания
- 3) авуары
- 4) активы

2. Методология, направленная на повышение уровня конкурентоспособности и защищенности компании за счет использования полного набора инструментов защиты, управления и экономики нематериальных активов компании — это:

- 1) управление знаниями
- 2) управление ресурсами
- 3) управление конкурентоспособностью
- 4) управление человеческими ресурсами

3. К мерам внутренней социальной ответственности бизнеса не относятся:

- 1) меры социальной защиты сотрудников
- 2) проведение социально ответственной реструктуризации
- 3) взаимодействие с работниками как основными стейкхолдерами

компании

- 4) гранты и льготные займы

4. Формальное изложение ценностей и принципов построения деловых отношений компании — это:

- 1) социальный бюджет
- 2) корпоративный кодекс
- 3) социальная программа
- 4) социальная политика

5. Вознаграждение за труд, которое получает работник компании помимо заработной платы — это:

- 1) социальный пакет
- 2) отпуск
- 3) компенсация

4) дотации

Тема 4. Специфика внешней корпоративной социальной ответственности

1. Денежные выплаты (или иные материальные средства), выделяемые на реализацию конкретных проектов с обязательной последующей отчетностью в установленные сроки — это:

- 1) займы
- 2) гранты
- 3) софинансирование
- 4) кредит

2. К общегосударственным причинам стресса можно отнести:

- 1) неравномерность нагрузки, устанавливаемой для работника
- 2) нарушение деловой этики
- 3) снижение уровня жизни
- 4) угроза потерять работу

3. Роль государства в регулировании социально-культурной сферы, выражающаяся во владении и распоряжении средствами осуществления культурной деятельности и художественного творчества — это:

- 1) «помощник»
- 2) «патрон»
- 3) «архитектор»
- 4) «инженер»

4. Форма социальной ответственности, выражающаяся в добровольном осуществлении компанией деятельности по охране природы, развитию персонала, созданию благоприятных условий труда, поддержке местного сообщества, благотворительной, спонсорской деятельности и добросовестной деловой практике — это:

- 1) социальная активность компании
- 2) корпоративный кодекс
- 3) социальный бюджет
- 4) социальная программа

5. Добровольный международный стандарт, предназначенный для того, чтобы помочь организациям внести вклад в устойчивое развитие общества, обеспечить взаимопонимание в области социальной ответственности и дополнить другие инструменты и инициативы в области социальной ответственности — это:

- 1) SA 8000:1997

- 2) ISO 14001:2004
- 3) ISO 9001:2008
- 4) ISO 26000:2010

Тема 5. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие организации

1. Принцип устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности, основанный на понимании, что всеобщий выигрыш возможен только при условии компромиссного и грамотного сотрудничества всех партнеров организации — это:

- 1) принцип справедливости
- 2) принцип системности мышления
- 3) принцип партнерства
- 4) принцип рациональности

2. Показатель отношения к организации со стороны внешнего окружения, показатель доверия, готовности к сотрудничеству, приемлемости ее стратегии, понимание целей, стиля и намерений ее деятельности — это:

- 1) имидж
- 2) деловая репутация
- 3) гудвилл
- 4) конкурентоспособность

3. Стоимостная оценка набора активов, которая может быть определена только в результате продажи всей совокупности активов как целостного имущественного комплекса в виде разницы между рыночной ценой компании и балансовой стоимостью активов — это:

- 1) гудвилл
- 2) остаточная стоимость
- 3) чистая стоимость
- 4) прибыль

4. Модель корпоративной социальной ответственности в условиях кризиса, реализуемая как реакция на уже существующие проблемы — это:

- 1) реагирующая модель
- 2) стратегическая модель
- 3) антикризисная модель
- 4) социальная модель

5. Модель корпоративной социальной ответственности в условиях кризиса, базирующаяся на выстраивании стратегии компании на основе идей социальной ответственности, — это:

- 1) реагирующая модель
- 2) стратегическая модель
- 3) антикризисная модель
- 4) социальная модель

Тема 6. Корпоративная социальная ответственность и конкурентные преимущества организации

1. Факторы, определяющие превосходство над конкурентами, измеряемые экономическими показателями — это:

- 1) инновации
- 2) человеческие ресурсы
- 3) конкурентные преимущества
- 4) технологии

2. К преимуществам во внутренней среде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:

- 1) формирование позитивного мнения инвесторов
- 2) стратегическое сотрудничество с партнерами
- 3) привлечение и удержание профессиональных кадров
- 4) укрепление репутации компании

3. К преимуществам в микросреде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:

- 1) создание устойчивых отношений с местными сообществами
- 2) укрепление репутации компании
- 3) снижение финансовых и нефинансовых рисков
- 4) снижение операционных расходов

4. К преимуществам в макросреде организации, сформированным на основе корпоративной социальной ответственности, можно отнести:

1) рост доверия к компании за счет увеличения прозрачности и открытости

- 2) стратегическое сотрудничество с партнерами
- 3) создание устойчивых отношений с органами власти
- 4) совершенствование методов корпоративного управления

5. Явления и процессы внутренней среды организации и ее внешнего окружения, которые вызывают изменение уровня конкурентоспособности организации:

- 1) источники конкурентных преимуществ
- 2) ключевые факторы успеха

- 3) конкурентная позиция
- 4) инвестиционная привлекательность

Тема 7. Эффективность реализации корпоративной социальной ответственности

1. Общеприменимый стандарт оценки отчетности организации по показателям ее устойчивого развития, а также оценки лежащих в его основе процессов, систем и уровня компетентности — это:

- 1) стандарт верификации AA 1000
- 2) стандарт ISO 14001:2004
- 3) стандарт ISO 9001:2008
- 4) стандарт ISO 26000:2010

2. К конкурсным инновационным механизмам корпоративной социальной ответственности можно отнести:

- 1) форум граждан
- 2) целевые группы
- 3) социальный заказ
- 4) приемная семья

3. К организационно-структурным инновационным механизмам корпоративной социальной ответственности можно отнести:

- 1) центр социального партнерства
- 2) социальный грант
- 3) тендер
- 4) именной фонд

4. Какой показатель можно применить для оценки эффективности социальной работы организации по направлению «Оплата труда и социальные выплаты»:

- 1) темп роста выплат социального характера на одного работника
- 2) темп роста затрат на переподготовку и повышение квалификации в расчете на одного работника
- 3) динамика затрат на санаторно-курортное лечение
- 4) динамика затрат на реализацию социальных программ для собственных работников

5. Какой показатель можно применить для оценки эффективности реализации социальных программ:

- 1) доля пострадавших на производстве в общем числе работающих
- 2) динамика затрат на природоохранную деятельность по отношению к прибыли

3) темпы роста затрат на переподготовку и повышение квалификации в расчете на одного работника

4) темп роста затрат на оплату труда в общих затратах на производство и реализации продукции

Ключи к тестам для самоконтроля

| № темы | № вопроса | | | | |
|--------|-----------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 |
| 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| 3 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| 6 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 7 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 |

В темах, количество неправильных ответов по которым превысит 3, рекомендуется дополнительная проработка материала, после чего необходимо повторить тестирование.

2. Вопросы для подготовки к зачету

1. Понятие и основные характеристики корпоративной социальной ответственности.

2. Формирование комплексной модели корпоративной социальной ответственности.

3. Внешние и внутренние источники корпоративной социальной ответственности.

4. Понимание и реализация корпоративной социальной ответственности.

5. Концепции стейкхолдеров и корпоративного гражданства.

6. Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.

7. Появление и проявление необходимости корпоративной социальной ответственности.

8. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества.

9. Корпоративная социальная ответственность и процессы социализации экономики.

10. Основные атрибуты системы корпоративной социальной ответственности.
11. Виды взаимодействий в системе корпоративной социальной ответственности.
12. Принципы построения системы корпоративной социальной ответственности.
13. Образование и интеллектуальный потенциал организации как факторы внутренней социальной ответственности.
14. Основные черты и особенности внутренней корпоративной социальной ответственности.
15. Виды внутренней корпоративной социальной ответственности.
16. Анализ результатов реализации внутренней корпоративной социальной ответственности.
17. Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
18. Становление внутренней корпоративной социальной ответственности.
19. Современные особенности ответственности российского бизнеса.
20. Подходы и принципы составления социального пакета.
21. Организация и тенденции развития внутренней социальной ответственности.
22. Внешняя среда ответственности менеджмента и бизнеса.
23. Гранты и льготные займы как формы поддержки внешней среды бизнеса.
24. Поддержка развития науки и образования.
25. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности. Необходимость формирования здорового образа жизни. Регулирование стрессовых ситуаций в организации.
26. Роль культуры в развитии экономики и общества.
27. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (зарубежный опыт).
28. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры.
29. Международные стандарты корпоративной социальной ответственности.
30. Структура и содержание стандарта социальной ответственности.
31. Принципы, проблематика и приоритеты социальной ответственности.
32. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.

33. Концепция и основные факторы устойчивого развития организации.
34. Сущность и принципы устойчивого развития организации при реализации корпоративной социальной ответственности.
35. Деловая репутация как результат корпоративной социальной ответственности организации.
36. Формирование деловой репутации, ее оценка контактными группами.
37. Виды деловой репутации, ее проявление в гудвилле.
38. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
39. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.
40. Реагирующая и стратегическая корпоративная социальная ответственность.
41. Корпоративная социальная ответственность как элемент антикризисной стратегии организации.

3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник / [Э.М. Коротков и др.]; под ред. Э.М. Короткова . – М. : Юрайт, 2013. - 445 с.
2. ЭБС «Znanium.com» Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; под ред. А.Я.Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 2013 - 383 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>
3. ЭБС «Znanium.com» Разин, А.В. Этика: учебник / А.В. Разин.- М.: ИНФРА-М, 2012. - 416 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/>

в) дополнительная литература

1. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: учебник для студентов вузов / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. - М.: Инфра-М, 2011. - 424 с.
2. ЭБС «Айбукс» Профессиональная этика и служебный этикет: учебник/ В.Я. Кикотя и др. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 559 с. - Режим доступа: <http://ibooks.ru/>
3. ЭБС «Znanium.com» Дементьева А. Г. Основы корпоративного управления: учебное пособие / А.Г. Дементьева. - М.: Магистр, 2009. - 575 с- Режим доступа: <http://znanium.com/>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. www.elitarium.ru/management/samomenedzhment/ На сайте представлена подборка разнообразной информации, посвященной сущности, механизму, целям и функциям самоменеджмента, анализу зарубежных и российских концепций. Правила эффективной организации выступлений,
2. www.iteam.ru/.../human/section_48/article_3572/ На сайте представлен ряд практических заданий с возможными вариантами решений для развития как собственной мотивации...